

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
DI *CLUB HOUSE* CASA GRANDE**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh:
Muhammad Nurdiansyah
NIM 07603141028

PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
OKTOBER 2012

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House Casa Grande*” yang disusun oleh Muhammad Nurdiansyah, NIM 07603141028 ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 8 Oktober 2012

Pembimbing,



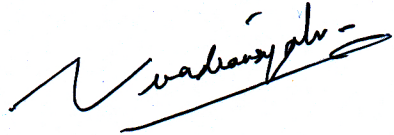
Yustinus Sukarmin, M.S.
NIP 19550716198403 1 003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 7 Oktober 2012

Yang menyatakan,


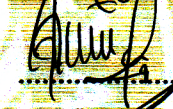


A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Nurdiansyah', with a long horizontal stroke extending to the right.

Muhammad Nurdiansyah
NIM 07603141028

PENGESAHAN

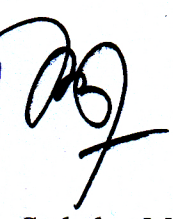
Skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House Casa Grande*” yang disusun oleh Muhammad Nurdiansyah, NIM 07603141028 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Oktober 2012 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Yustinus Sukarmin, M.S NIP 19550716 198403 1 003	Ketua Penguji		27/10 '12
Eka Novita Indra, M.Kes NIP 19821112 200501 2 001	Sekretaris Penguji		23/10 '12
Suryanto, M.Kes NIP 19580605 198901 1 001	Penguji I		23/10 '12
Eka Swasta B, M.S NIP 19601219 198702 2 002	Penguji II		24/10 '12

Yogyakarta, Oktober 2012
Fakultas Ilmu Keolahragaan




Rumpis Agus Sudarko, M.S
NIP 19600824 198601 1 001

MOTTO & PERSEMBAHAN

A. MOTTO

Barang siapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian (pahala)-nya. Dan barang siapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk niscaya dia akan memikul bagian dari (dosa)-nya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (QS. An-Nisa', 85).

Jangan cuma berusaha menjadi manusia yang sukses, tetapi menjadi manusia yang berarti (Albert Einstein).

B. PERSEMBAHAN

Segala luapan syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, atas terselesaikannya skripsi ini. Karya ini peneliti persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Bapak Kusmaryono dan Ibu Siti Rusmiati. Terima kasih untuk dukungan dan segala kasih yang telah Bapak dan Ibu berikan.

Terima kasih kepada: Endah Widuri, Robi Nugroho, Nino Hertoga, dan Annalisa Prastica Megawati yang telah memberi berwarna di hari-hari peneliti selama ini, terima kasih buat semangat dan dukungannya. Teman-teman Ikora '07 yang tidak bisa disebutkan satu per satu tanpa kalian peneliti bukan siapa-siapa.

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI *CLUB HOUSE* CASA GRANDE

Oleh:
Muhammad Nurdiansyah
07603141028

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya inkonsistensi kedatangan *member* yang dimungkinkan karena adanya ketidakpuasan *member* pada pelayanan *Club House* Casa Grande. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan *Club House* Casa Grande.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survei menggunakan angket sebagai instrumen penelitian. Validitas instrumen dalam penelitian ini adalah 0,864 dan reliabilitas sebesar 0,944. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen di *Club House* Casa Grande yang berjumlah sebanyak 100 orang. Untuk menganalisis data digunakan statistik deskriptif dengan persentase.

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande, pada kategori sangat puas dengan persentase 40 %, pada kategori puas dengan persentase 59 %, pada kategori tidak puas dengan persentase 1 %, dan pada kategori sangat tidak puas dengan persentase 0 %. Hasil tersebut dapat diartikan pelayanan di *Club House* Casa Grande secara keseluruhan adalah memuaskan dan faktor yang perlu ditingkatkan yaitu: *tangibles*, *responsiveness*, dan *assurance*.

Kata kunci: tingkat kepuasan, konsumen, *Club House* Casa Grande.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alam, puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House Casa Grande*” dengan lancar.

Keberhasilan penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya kerja sama dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu bersamaan dengan penyelesaian skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dekan FIK Universitas Negeri Yogyakarta yang telah mengarahkan selama kuliah.
3. Ketua Program Studi Ilmu Keolahragaan FIK Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan pengarahan selama kuliah.
4. Bapak Yustinus Sukarmin, M.S., dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, memberikan pengarahan, masukan-masukan yang sangat membangun.
5. Semua dosen dan staf Program Studi Ilmu Keolahragaan FIK Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama kuliah dan penelitian berlangsung.
6. *Manager Club House Casa Grande* yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

7. *Member Club House* Casa Grande yang telah berpartisipasi selama pelaksanaan penelitian.
8. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan Prodi Ikora'07 yang telah mengisi hari-hari indah pada masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penelitian ini baik bantuan moril maupun materiil. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang melimpah.

Peneliti menyadari, bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran peneliti harapkan untuk perbaikan pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Oktober 2012

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Perumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	6
A. Deskripsi Teori dan Penelitian yang Relevan	6
1. Konsumen	6
2. Jasa.....	7
3. Harapan Pelanggan	10
4. Kepuasan Konsumen	13
5. Kualitas Pelayanan.....	17
6. Mempertahankan Konsumen.	21
7. Pelayanan <i>Club House</i> Casa Grande.	21
B. Kerangka Berpikir	27
BAB III. METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian	29
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	29
D. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	30
E. Teknik Analisis Data	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan	43
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan.....	48

B. Implikasi.....	48
C. Keterbatasan Penelitian	48
D. Saran-saran	49
 DAFTAR PUSTAKA	 50
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Alat-Alat <i>Fitness (Gym Machine)</i> dan <i>Free Weight</i> di <i>Club House</i> Casa Grande.	25
Tabel 2. Kisi-Kisi Angket	32
Tabel 3. Skor Penilaian Jawaban	34
Tabel 4. Deskripsi Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di <i>Club House</i> Casa Grande.	36
Tabel 5. Deskripsi Faktor <i>Tangibles</i>	37
Tabel 6. Deskripsi Faktor <i>Reliability</i>	39
Tabel 7. Deskripsi Faktor <i>Responsiveness</i>	40
Tabel 8. Deskripsi Faktor <i>Assurance</i>	41
Tabel 9. Deskripsi Faktor <i>Empathy</i>	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Diagram Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di <i>Club House Casa Grande</i>	36
Gambar 2. Diagram Faktor <i>Tangibles</i>	38
Gambar 3. Diagram Faktor <i>Reliability</i>	39
Gambar 4. Diagram Faktor <i>Responsiveness</i>	40
Gambar 5. Diagram Faktor <i>Assurance</i>	41
Gambar 6. Diagram Faktor <i>Empathy</i>	42

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	53
Lampiran 2. Angket Uji Coba.....	55
Lampiran 3. Data Uji Coba	59
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
Lampiran 5. Angket Penelitian	63
Lampiran 6. Data Penelitian.....	67
Lampiran 7. Statistik Deskriptif.....	91
Lampiran 8. Dokumentasi Fasilitas di <i>Club House</i> Casa Grande.....	98

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga pada masa sekarang ini membuat masyarakat mulai tertarik untuk mendatangi pusat-pusat pelayanan jasa di bidang olahraga. Selain itu, banyak orang yang merasa tingkat kepercayaan diri mereka akan bertambah jika mereka mempunyai postur tubuh yang ideal. Agar mempunyai tubuh yang ideal perlu latihan kebugaran di pusat-pusat kebugaran.

Olahraga pada dasarnya merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupan, agar kondisi fisik dan kesehatannya tetap terjaga dengan baik. Kehidupan pada masa sekarang ini, menuntut manusia akan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja. Kondisi yang demikian, olahraga menjadi sesuatu yang jarang dilakukan, dan hanya bisa dilakukan dalam waktu luang. Kebutuhan akan kesehatan menjadi suatu hal yang sangat penting dan berharga dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, manusia ingin berusaha menjaga kesehatannya dan salah satu cara agar kesehatan tetap terjaga dengan baik adalah melalui olahraga. Berolahraga di *fitness centre* menjadi salah satu pilihannya.

Pengusaha yang peka terhadap situasi akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba-lomba mendirikan usaha jasa *fitness centre*. Salah satunya *Club House* yang berada di perumahan Casa Grande, Maguwoharjo, Sleman,

Yogyakarta. Semakin bertambahnya usaha jasa *fitness centre*, semakin meningkat pula persaingan dalam dunia usaha ini.

Idealnya perusahaan jasa akan maju apabila kepuasan konsumen dapat terwujud. Bisnis tidak akan berjalan dengan semestinya apabila kepuasan konsumen tidak terpenuhi. Konsumen akan berpindah ke perusahaan lain apabila tidak merasa puas. Menurut Husein Umar (2000: 53) kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Setiap konsumen *fitness centre* akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang hangat dibicarakan oleh industri dan perusahaan pada tingkat internasional dan nasional. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan pelayanan secara nyata yang diterima *members*. Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan dapat diasumsikan baik atau memuaskan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang dirasakan atau diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan diasumsikan buruk atau tidak memuaskan. Informasi yang bersumber dari *members* itulah yang menjadi faktor kritik bagi kelangsungan hidup *fitness centre* tersebut.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Seperti seorang *member* mengharapkan kebersihan peralatan latihan beban, akan tetapi dalam kenyataannya sering kotor, sehingga mengecewakan atau menimbulkan rasa tidak puas. Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan konsumen.

Permasalahan ini muncul setelah peneliti melakukan observasi di *Club House Casa Grande*. Hasil observasi peneliti menunjukkan, ada *member* yang hanya berlatih sekali atau dua kali di minggu pertama. Mereka tidak datang lagi di minggu kedua dan seterusnya. Baik manajemen *club house* maupun peneliti tidak mengetahui alasan *member* tersebut. Kualitas pelayanan *Club House* yang kurang baik atau karena ada alasan lain.

Club House Casa Grande buka setiap hari pada pukul 06.00 WIB dan tutup pukul 20.00 WIB. *Member Club House Casa Grande* dapat melakukan latihan beban dengan leluasa sesuai dengan waktu luang mereka. Pemberian pelayanan yang memuaskan *member* tentu akan bermanfaat untuk mempertahankan *member* tidak berpindah ke *fitness centre* yang lain, dan kesan yang baik yang diperoleh oleh *member* akan berpengaruh besar pada calon *member* yang ingin bergabung. Semakin tinggi tingkat kepuasan *member*, semakin besar pula kemungkinan *member* menjadi *member* tetap dan jumlah *member* di *fitness centre* tersebut bertambah.

Club House Casa Grande adalah *fitness centre* yang besar dan sudah terkenal, akan tetapi banyak juga *member* yang masih keluar masuk sehingga

jumlah *member* tetap masih naik turun. Inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House* Casa Grande.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Keinginan dan kebutuhan konsumen *Club House* Casa Grande belum diketahui.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan *Club House* Casa Grande belum diketahui.
3. Penyebab konsumen pindah ke jasa *fitness centre* lain belum diketahui.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, dapat dilihat banyaknya masalah yang berhubungan dengan pelayanan jasa di *Club House* Casa Grande. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih rinci mengenai ruang lingkup penelitian, dalam penelitian ini dibatasi pada tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan *Club House* Casa Grande menyangkut kepuasan yang meliputi, bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande?”

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House Casa Grande*.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoretik, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran pengetahuan bagi mahasiswa khususnya dalam bidang manajemen olahraga.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada *Club House Casa Grande* tentang pemenuhan kepuasan konsumen pada pelayanan yang diberikan. Di samping itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola *Club House* dalam menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap konsumen pengguna jasa *Club House* tersebut.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori dan Penelitian yang Relevan

1. Konsumen

Menurut Basu Swastha (2000: 12) konsumen mempunyai arti sebagai individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Pelanggan adalah orang/instansi/lembaga yang membeli barang-barang atau jasa secara rutin atau berulang-ulang. Dari pengertian di atas, konsumen atau pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Konsumen mengukur nilai suatu produk dan biaya berdasarkan nilai perkiraan. Menurut Kotler (1998: 10) nilai bagi konsumen merupakan perbedaan atau selisih antara nilai yang dinikmati konsumen karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut.

Para konsumen memperkirakan penawaran mana yang memberikan nilai tertinggi. Mereka ingin memaksimalkan nilai dengan kendala biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Konsumen membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar nilai tersebut.

2. Jasa

a. Pengertian Jasa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990: 352), jasa adalah suatu perbuatan yang baik dan berguna bagi orang lain atau perbuatan yang memberikan apa-apa yang diperlukan orang lain berupa pelayanan atau *service*. Menurut Kotler (1998: 83) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Menurut Payne (2000: 8), jasa merupakan kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.

Jasa merupakan produk yang tidak kelihatan. Jika mereka menukarkan uang dengan sesuatu yang tidak berwujud, berarti mereka telah membeli jasa. Jadi, jasa merupakan produk tidak kelihatan yang dilaksanakan dan bukannya diproduksi, nilai serta keuntungan dari suatu jasa dapat dibedakan di antara pemakainya, karena sebagian sumber (*input*) untuk melaksanakan jasa berasal dari pembeli. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan

lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

b. Karakteristik Jasa

Terdapat empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang (Fandy Tjiptono, 2006: 15). Keempat karakteristik tersebut, yaitu:

1) Tidak Berwujud

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Konsep *intangible* ini sendiri memiliki dua pengertian, yaitu sesuatu yang tidak dapat disentuh atau tidak dapat dirasa, dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

2) Tidak Terpisahkan

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, jasa tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan. Didistribusikan lewat berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi.

3) Bervariasi

Jasa sangat bervariasi, karena bergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan di mana, serta kepada siapa jasa itu dilakukan.

4) Dapat Musnah

Jasa tidak dapat disimpan seperti produk fisik yang lain. Dengan demikian apabila suatu jasa tidak digunakan, jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

b. Macam-Macam Jasa

Tawaran perusahaan ke pasar biasanya mencakup beberapa jasa. Komponen jasa dapat merupakan bagian kecil atau bagian utama dari total penawaran. Menurut Kotler (1998: 83-84), penawaran tersebut dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu:

1) Barang Berwujud Murni

Di sini hanya terdiri atas barang berwujud, seperti sabun, pasta gigi, atau garam. Tidak ada jasa yang menyertai produk itu.

2) Barang Berwujud yang Disertai Jasa

Di sini terdiri atas barang berwujud yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumennya.

3) Hibrida

Di sini terdiri atas barang dan jasa dengan proporsi yang sama.

4) Jasa Utama yang Disertai Barang dan Jasa Kecil

Di sini terdiri atas satu jasa utama disertai jasa tambahan atau barang pendukung.

5) Jasa Murni

Di sini hanya terdiri atas jasa.

Akibat dari adanya macam-macam jasa ini, sulit untuk menggeneralisasi jasa kecuali dengan membedakan lebih lanjut. Menurut Kotler (1998: 84), sejumlah generalisasi yang tampaknya bisa digunakan, yaitu:

- 1) Jasa dapat dibedakan apakah berbasis peralatan (pencuci mobil otomatis) atau berbasis orang (mencuci jendela, jasa akuntansi). Jasa berbasis orang dapat dibedakan dari segi penyediannya, yaitu pekerja tidak terlatih, terlatih, atau profesional.
- 2) Beberapa jenis jasa mengharuskan kehadiran klien.
- 3) Jasa berbeda dalam hal memenuhi kebutuhan perorangan (jasa personal) atau kebutuhan bisnis (jasa bisnis).
- 4) Penyedia jasa berbeda dalam tujuannya (laba atau nirlaba) dan kepemilikan (swasta atau masyarakat).

3. Harapan Pelanggan

a. Pengertian Harapan Pelanggan

Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memenuhi peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson dan Dover yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 61),

harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Harapan Pelanggan

Pada umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan, meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan.

Zeithaml *et al* yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 62-64) menyatakan bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas suatu jasa dibentuk oleh beberapa faktor, yaitu:

1) *Enduring Service Intensifiers*

Faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai jasa.

2) *Personal Need*

Kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya, juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis.

3) *Transitory Service Intensifiers*

Faktor ini merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas pelanggan terhadap jasa. Faktor ini meliputi situasi darurat pada saat pelanggan sangat membutuhkan jasa dan

ingin penyedia jasa dapat membantunya, dan jasa terakhir yang dikonsumsi pelanggan dapat pula menjadi acuan untuk menentukan baik buruknya jasa berikutnya.

4) *Perceived Service Alternative*

Merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif, harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.

5) *Self Perceived Service Role*

Faktor ini adalah faktor persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatan dalam memengaruhi jasa yang diterimanya.

6) *Situational Factors*

Faktor ini terdiri atas segala kemungkinan yang bisa memengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali penyedia jasa.

7) *Explicit Service Promises*

Faktor ini merupakan pernyataan oleh organisasi tentang jasanya kepada pelanggan, janji ini bisa berupa iklan, *personal selling*, perjanjian dengan karyawan organisasi tersebut.

8) *Implicit Service Promises*

Faktor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan bagi pelanggan tentang jasa bagaimana yang seharusnya dan yang akan diberikan. Petunjuk yang memberikan

gambaran jasa ini meliputi biaya untuk memperolehnya (harga) dan alat-alat pendukung jasanya.

9) *Word of Mouth (Rekomendasi/Saran Orang)*

Word of mouth merupakan pernyataan (secara personal atau non-personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi kepada pelanggan

10) *Past Experience*

Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu. Harapan ini dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan makin banyaknya informasi (*nonexperimental information*) yang diterima pelanggan.

4. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2001: 13) kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 192) kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Menurut Fandy Tjiptono (2006: 147) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara

kinerja produk atau jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut.

Fandy Tjiptono (2006:146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli, alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya atau dirasakannya apabila membeli atau mengonsumsi suatu barang atau jasa. Kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima atau dirasakan setelah mengonsumsi suatu barang atau jasa yang dibeli. Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien dan pelanggan dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrem bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara. Menurut Kotler dan Armstrong (1994) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 150) harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, di antaranya pengalaman berbelanja pada masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing.

Menurut Kotler (1997: 10) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan bergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem yang dapat memperoleh konsumen yang lebih banyak dan mempunyai kemampuan mempertahankan pelanggan.

Menurut Kotler (1994) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 148) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Menurut McNeal dan Lamb dalam Person dan Wilson yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 148), umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

1) *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti

“Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan ini?”

2) *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3) *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk membuat peringkat berbagai *element* (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap *element* tersebut.

5) *Tipuan Berbelanja*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

6) Analisis Pelanggan yang Hilang

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok.

Menurut Husein Umar (2000: 51), ada empat faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, yaitu: fasilitas, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kegiatan penjualan.

5. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk dan kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah bergantung pada keunikan dan kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen atau belum.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur terpenting untuk menarik minat pembeli, kualitas harus dirasakan oleh pelanggan, usaha kualitas harus dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan persepsi pelanggan (Kotler, 1998: 90). Menurut Goetsh dan Davids yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 51) kualitas merupakan suatu kondisi

dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Elhaitammy yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 58) *service excellence* atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Jadi, kualitas pelayanan adalah kesesuaian harapan terhadap pelayanan suatu perusahaan.

Fandy Tjiptono (2002: 58) menyatakan bahwa secara garis besar ada empat unsur pokok dalam memberikan *service excellence*, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi tidak *excellence* apabila ada komponen yang kurang. Untuk mencapai tingkat *excellence* harus dimiliki keterampilan sesuai dengan bidangnya, di antaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. Dengan demikian upaya mencapai *excellence* bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi apabila hal tersebut dapat dilakukan, perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Beberapa studi telah menghasilkan dimensi dalam penilaian kualitas pelayanan. Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 70) lima dimensi yang dapat menentukan kualitas jasa, yaitu:

- 1) Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*Reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- 5) Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Terkait dengan penelitian ini, Gronroos dalam Hutt dan Speh yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 60) menyatakan bahwa kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

- 1) *Technical Quality* (kualitas teknis) yang berkaitan dengan kualitas *output* jasa yang dipersepsikan pelanggan. Komponen ini menurut (Zeithaml, dkk., 1990: 61) dijabarkan lagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a) *Search Quality*, dapat dievaluasi sebelum dibeli, misalnya harga.
 - b) *Experience Quality*, hanya dapat dievaluasi setelah dikonsumsi, contohnya ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan kerapian hasil.
 - c) *Credence Quality*, sukar dievaluasi pelanggan sekalipun telah mengonsumsi jasa, misalnya kualitas operasi bedah jantung.
- 2) *Functional Quality*, yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa.
 - 3) *Corporate Image*, berupa cara umum, profil, reputasi, dan daya tarik khusus perusahaan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikutip oleh J. Supranto (2001: 230), ada lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

- 1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.
Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.
Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- 3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
Para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.

4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.

5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

6. Mempertahankan Konsumen

Dengan semakin ketatnya persaingan, perusahaan-perusahaan berusaha mempertahankan pelanggannya dengan upaya sebagai berikut:

- a. Mempertimbangkan daya beli masyarakat dalam mendapatkan barang atau pelayanan.
- b. Perusahaan harus dikelola dengan baik dan transparan agar menjadi efisien, akuntabel, dan wajar.
- c. Memberikan “modal” dukungan kepercayaan kepada konsumen untuk menumbuhkan semangat dan kenyamanan saat berlatih.

7. Pelayanan *Club House Casa Grande*

Club House Casa Grande dipimpin oleh Anggoro Budi Lantoro sebagai *Manager*. Buka dari jam 06.00 WIB dan tutup pada pukul 20.00 WIB untuk memberikan seluruh pelayanan yang terbaik bagi *member* yang berlatih. Setiap hari sekitar lima puluh *members*, baik *members* baru atau lama, datang dan berlatih untuk menjaga kebugaran dan membentuk tubuh mereka ideal dan sehat. Lengkapnya fasilitas yang diberikan diharapkan agar *member* puas dan tidak berpaling ke jasa *fitness centre* lain.

Pelayanan *Club House* ditujukan untuk umum dengan fasilitas yang berkualitas dan biaya yang terjangkau. Fasilitas yang ditawarkan yaitu, alat-alat *fitness* yang modern, fasilitas *cardio* seperti *jogging track*, kolam renang, dan lapangan olahraga seperti bulu tangkis, basket, tenis meja, dan tenis. Berlatih kebugaran di *Club House* didampingi oleh instruktur yang berpengalaman di dunia kebugaran dan kesehatan. Fasilitas lain yang tersedia adalah area parkir yang luas dan aman karena diawasi oleh *security*, lingkungan yang kondusif, fasilitas bermain dan olahraga, kantor yang luas dan ruang tunggu yang nyaman, ruang latihan luas dan peralatan *fitness* yang lengkap.

Membership yang ditawarkan oleh *Club House Casa Grande* adalah sebagai berikut:

a. One Day Visit Rate

2) <i>Aerobic</i>	Rp 10.000,00
3) <i>Fitness</i>	Rp 15.000,00
4) <i>Swimming Pool</i>	
a) <i>Adult</i>	Rp 13.000,00
b) <i>Children ≤ 12th</i>	Rp 10.000,00
c) <i>Group (20 children)</i>	Rp 100.000,00
d) <i>Pengantar</i>	Rp 3.000,00

b. Membership Rate

1) <i>Single</i>	
a) <i>One Month</i>	Rp 130.000,00

b) <i>Three Month</i>	Rp 370.000,00
c) <i>Six Month</i>	Rp 700.000,00
d) <i>One Year</i>	Rp 1.250.000,00
e) <i>Joining Fee</i>	Rp 60.000,00
2) <i>Couple</i>	
a) <i>One Month</i>	Rp 220.000,00
b) <i>Three Month</i>	Rp 630.000,00
c) <i>Six Month</i>	Rp 1.200.000,00
d) <i>One Year</i>	Rp 2.200.000,00
e) <i>Joining Fee</i>	Rp 90.000,00
3) <i>Group (5 person)</i>	
a) <i>One Month</i>	Rp 330.000,00
b) <i>Three Month</i>	Rp 940.000,00
c) <i>Six Month</i>	Rp 1.720.000,00
d) <i>One Year</i>	Rp 3.300.000,00
e) <i>Joining Fee</i>	Rp 120.000,00

c. *Hall Rent*

1) <i>Tennis (per Hour)</i>	
a) Pukul 06.00 s.d. pukul 17.00 WIB	Rp 15.000,00
b) Pukul 17.00 s.d. pukul 20.00 WIB	Rp 17.000,00
2) <i>Badminton (per Hour)</i>	Rp 18.000,00
3) <i>Table Tennis (per Hour)</i>	Rp 10.000,00
4) <i>Hall</i>	Rp 4.500.000,00

d. *Personal Trainer*

- | | |
|---------------------------|---------------|
| 1) Dua belas kali latihan | Rp 450.000,00 |
| 2) Sekali latihan | Rp 45.000,00 |

Member yang berlatih mendapatkan program yang direkomendasikan oleh instruktur setelah dilakukan pengukuran kepada *member* terlebih dahulu. Dari hasil pengukuran tersebut instruktur akan mengategorikan program latihan *member*. *Member* akan ditemani oleh instruktur pada saat berlatih agar tidak mengalami kesulitan pada saat menggunakan alat *fitness*. Instruktur latihan beban di *Club House* berjumlah dua orang, yaitu Arif Norizal dan Wahyu Rusdiyanto. Program yang diberikan kepada *member* yaitu *fat loss, weight gain, body shaping, general conditioning, therapy and rehabilitation*, dan *fitness for sport*.

Club House Casa Grande juga mengadakan kelas senam. Hari Senin dan Kamis, pukul 18.00 WIB *member* dapat mengikuti kelas *taebo*. Hari Rabu dan Jumat, pukul 16.00 WIB *member* dapat mengikuti kelas *aerobic*. *Club House* juga menyediakan *cafeteria* dengan berbagai menu sehat. *Member* dapat bersantai dan memesan makanan atau minuman setelah berlatih. Tentu saja dengan mengonsumsi makanan sehat kaya protein dapat membantu proses latihan *member*. Otot akan mudah terbentuk dan bagi *member* yang ingin menurunkan berat badan juga mendapatkan banyak manfaat dengan mengonsumsi menu sehat dari *cafeteria* Casa Grande *Club House*.

Kelengkapan alat *fitness* menjadi salah satu syarat tercapainya tujuan latihan. Alat-alat *fitness* yang dimiliki *Club House* Casa Grande adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Alat-alat Fitness (*Gym Machine*) dan *Free Weight* di Casa Grande *Club House*

No.	Nama Alat	Jumlah
1.	Barbel	10
2.	<i>Dumbel</i>	7
3.	<i>Stang bicep curl</i>	1
4.	Bangku <i>bicep</i>	1
5.	<i>Sit up board</i>	1
6.	<i>Trimmer</i> duduk dan berdiri	1
7.	Rak <i>dumbel</i> 2 susun	1
8.	<i>Back up special edition</i>	1
9.	<i>Bench press</i>	1
10.	<i>Lat pulldown machine</i>	1
11.	<i>Lat row machine</i>	1
12.	<i>Smith machine</i>	1
13.	<i>Leg curl and leg extention machine</i>	1
14.	<i>Butterfly machine</i>	1
15.	<i>Cable crossover</i>	1
16.	<i>Super leg press</i>	1
17.	<i>Vertical chest</i>	1
18.	<i>Tread mill</i>	1
19.	<i>Bike</i>	1
20.	<i>Stepper</i>	1
21.	<i>Squat</i>	1
22.	<i>Belt</i>	2
23.	<i>Mattras</i>	4
24.	<i>Ball</i>	4
25.	<i>Twister</i>	1

Sumber: Arsip dan Dokumen Casa Grande *Club House*.

Citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Hal ini disebabkan oleh konsumen yang menikmati

jasa layanan, sehingga mereka yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan.

Penelitian yang relevan sangat dibutuhkan dalam mendukung kajian teoretik yang dikemukakan, sehingga dapat dipergunakan sebagai suatu landasan dalam pengajuan hipotesis. Beberapa penelitian terdahulu yang sehubungan dengan penelitian ini antara lain penelitian yang dilakukan oleh Arif Budiarto dengan judul *Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Kebugaran FIK UNY* tahun 2004 dengan menggunakan metode survei dan instrumen angket. Hasil penelitian adalah tingkat kepuasan pada anggota Klinik Kebugaran FIK UNY adalah sebesar 73,94 % yang berarti memuaskan dengan tingkat kepuasan tiap faktor, yaitu: faktor *tangibles* sebesar 70,37 % yang berarti memuaskan, faktor *empathy* sebesar 77,39 % yang berarti sangat memuaskan, faktor *reliability* sebesar 74,17 % yang berarti sangat memuaskan, faktor *responsiveness* sebesar 70,78 % yang berarti memuaskan, dan faktor *assurance* sebesar 76,98 % yang berarti sangat memuaskan.

Penelitian yang relevan selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yudik Prasetyo dengan judul *Persepsi Anggota Klinik Kebugaran FIK UNY terhadap Kualitas Jasa Pelayanan* tahun 2004 dengan menggunakan metode survei dan instrumen angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi anggota terhadap kualitas jasa pelayanan dalam persentase secara umum yaitu: 70 % yang berarti positif. Di samping itu, juga diketahui

persentase dari tiap-tiap faktor, yaitu: untuk faktor *tangibles* (bukti langsung) 68 % berarti positif, faktor *reliability* (keandalan) 71 % berarti positif, faktor *responsiveness* (daya tangkap) 71 % berarti positif, faktor *assurance* (jaminan) 69 % berarti positif, dan faktor *empathy* 72 % berarti positif.

B. Kerangka Berpikir

Club House Casa Grande merupakan salah satu pelayanan kebugaran yang ada di Yogyakarta. Dalam kesehariannya selalu dikunjungi oleh *member* karena mereka sangat membutuhkan kebugaran. Dalam persaingan yang semakin ketat di antara *fitness centre* saat ini, kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang sangat baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen, tingkat kepentingan dan harapan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan haruslah sesuai. Perusahaan perlu menilai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggannya dan apakah telah dipenuhinya. Misalnya, keprofesionalan instruktur dianggap penting dan *members* merasa puas apabila berlatih dengan instruktur yang profesional di bidangnya.

Di dalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada konsumen, terdapat lima faktor penentu kualitas jasa pelayanan, yaitu: bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. Dalam menentukan faktor mana yang perlu ditingkatkan untuk menjaga kualitas pelayanan *Club House*, harus mengetahui

kepuasan konsumen ditinjau lima faktor tersebut terlebih dahulu. *Member* memberikan penilaian jasa dengan mempertimbangkan beberapa faktor di atas, *member* dapat memutuskan apakah dia akan menyatakan puas atau tidak puas.

Indikator konsumen merasa puas adalah sebagai berikut:

1. Menjadi lebih setia.
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan mengeluarkan produk baru dan menyempurnakan produk yang sudah ada.
3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya.
4. Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan lain (pesaing) dan kurang sensitif terhadap harga.

Member akan merasakan pelayanan yang diberikan setelah menggunakan atau menikmati jasa tersebut, dengan demikian *member* dapat membandingkan antara harapan mereka dan kenyataan yang diterima. Dari sini *member* akan merasa puas jika pelayanan melebihi harapan atau tidak puas jika pelayanan kurang dari harapan. Memuaskan pelanggan atau konsumen adalah usaha paling baik melawan pesaing-pesaing lainnya. Para pelanggan lebih setia, mereka lebih memilih menjadi anggota di *fitness centre* tersebut daripada berpindah ke *fitness centre* lain dikarenakan pelayanan atau produk yang ditawarkan lebih bagus dan memadai.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei, adapun teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan angket.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan *Club House*, yaitu tingkat perasaan sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas setelah berlatih. Jasa pelayanan atau tingkat kepuasan konsumen jasa pelayanan dapat diukur dari lima faktor kualitas jasa yaitu: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responseveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) dengan melihat fasilitas, kinerja karyawan, pelayanan karyawan, respons karyawan terhadap konsumen, penampilan karyawan, perilaku karyawan, dan kemudahan dalam komunikasi terhadap konsumen.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Singarimbun (1987: 25) populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti, dalam penelitian ini adalah 133 *members* yang berlatih di *Club House Casa Grande* pada bulan Maret.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto, 2002: 109). Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan metode sampel kebetulan (*accidental sampling*), siapa saja yang secara kebetulan berkerumun melihat peristiwa tersebut (Rianto Adi, 2010: 111). Penentuan ukuran sampel menggunakan pendapat Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2000: 146) yang rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 5%

Dalam penelitian ini ditetapkan sampel yang digunakan adalah seratus *member* di *Club House* Casa Grande selama bulan April 2012.

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh responden. Menurut Husaini dan Setiady (1995: 60) angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung. Pengembangan instrumen tersebut didasarkan atas konstruksi teori yang telah disusun sebelumnya, kemudian atas dasar

teori tersebut dikembangkan indikator-indikator variabel yang selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pernyataan atau pertanyaan.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 77) ada tiga langkah pokok dalam pembuatan angket sebagai instrumen, yaitu:

- a. Mendefinisikan konstruk adalah langkah pertama yang membatasi variabel yang diukur. Dalam penelitian ini variabel utama yang akan diukur adalah tingkat kepuasan konsumen *Club House*.
- b. Menyidik faktor adalah langkah kedua dengan menyidik faktor-faktor yang menyusun konstruk, yaitu dari variabel menjadi faktor-faktor atau subvariabel. Subvariabel dalam penelitian ini adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
- c. Menyusun butir-butir adalah langkah ketiga dengan menyusun butir-butir pernyataan atau pertanyaan yang mengacu pada faktor yang berpengaruh pada penelitian ini.

Adapun kisi-kisi pernyataan yang akan digunakan dalam membuat angket dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kisi-kisi Angket

Variabel	Subvariabel	Indikator	Nomor Butir
Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di <i>Club House</i> Casa Grande	<i>Tangibles</i>	a. Kenyamanan alat dan fasilitas b. Kebersihan alat dan fasilitas	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 12, 13, 14, 15
	<i>Reliability</i>	a. Kinerja dan profesionalisme karyawan	16, 17, 18, 19
		b. Perhatian dan pelayanan Casa Grande <i>Club House</i> terhadap konsumen	20, 21, 22, 23
		c. Penetapan harga	24, 25
	<i>Responsiveness</i>	a. Respons Casa Grande <i>Club House</i> terhadap masukan konsumen	26, 27, 28, 29, 30, 31
	<i>Assurance</i>	a. Jaminan keamanan bagi konsumen	32, 33, 34, 35, 36
		b. Penampilan dan perilaku karyawan	37, 38, 39, 40, 41, 42, 43
	<i>Empathy</i>	a. Kemudahan b. Komunikasi	44, 45, 46, 47 48, 49, 50
	Total		50

2. Uji Coba

Sebelum angket penelitian digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, angket penelitian diujicobakan terlebih dahulu. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui instrumen yang disusun benar-benar merupakan instrumen yang baik. Baik-buruknya instrumen yang disusun berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Uji coba instrumen ini dilakukan kepada 20 *members Club House* Casa Grande.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan suatu instrumen. Suharsimi Arikunto (2002: 145) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Untuk menguji validitas, peneliti menggunakan bantuan komputer program *SPSS 16.0*. Butir dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel ($df=N-2$).

b. Uji Keandalan (Reliabilitas)

Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 154) instrumen yang baik tidak bersifat tendensius untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya adalah instrumen yang reliabel. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data dipercaya. Untuk uji reliabilitas peneliti menggunakan bantuan komputer program *SPSS 16.0* dengan melihat nilai *Alpha Cronbach*.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Cara yang dipakai dalam pengumpulan data ini adalah dengan angket.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dengan persentase yang kemudian dimaknai.

Analisis data deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan *Club House Casa Grande*. Untuk menghindari kecenderungan responden asal mengisi dan memilih skor tengah dari skala yang digunakan, peneliti menggunakan skala empat yang tidak ada skor nilai tengah atau titik netral. Skala empat yang peneliti gunakan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Skor Penilaian Jawaban

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat tidak puas	1
2.	Tidak puas	2
3.	Puas	3
4.	Sangat puas	4

Keberhasilan suatu usaha jasa tempat kebugaran dalam menuju ke arah yang lebih baik akan sangat dipengaruhi oleh hubungan baik antara pengelola dan konsumennya. Hubungan yang baik itu akan tercipta apabila pengelola mampu memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hasil penilaian inilah yang menunjukkan suatu bentuk keyakinan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sebelum menggunakan jasa tersebut.

Pengategorian dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu: tinggi, cukup, kurang dan sangat kurang. Untuk menentukan kriteria skor digunakan kriteria PAN (Patokan Acuan Norma) dalam skala empat, dengan rumus sebagai berikut:

1. $(X_i + 1 \frac{1}{2} SD_i) < (X_i + 3 SD_i)$ = Sangat Puas
2. $X_i < (X_i + 1 \frac{1}{2} SD_i)$ = Puas
3. $(X_i - 1 \frac{1}{2} SD_i) < X_i$ = Tidak Puas
4. $(X_i - 3 SD_i) < (X_i - 1 \frac{1}{2} SD_i)$ = Sangat Tidak Puas

Keterangan:

- \bar{X}_i = Mean (rerata) ideal,
= $\frac{1}{2}$ (Maksimum ideal + Minimal ideal).
- SD_i = Standar deviasi ideal,
= $\frac{1}{6}$ (Maksimum ideal – Minimal ideal).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

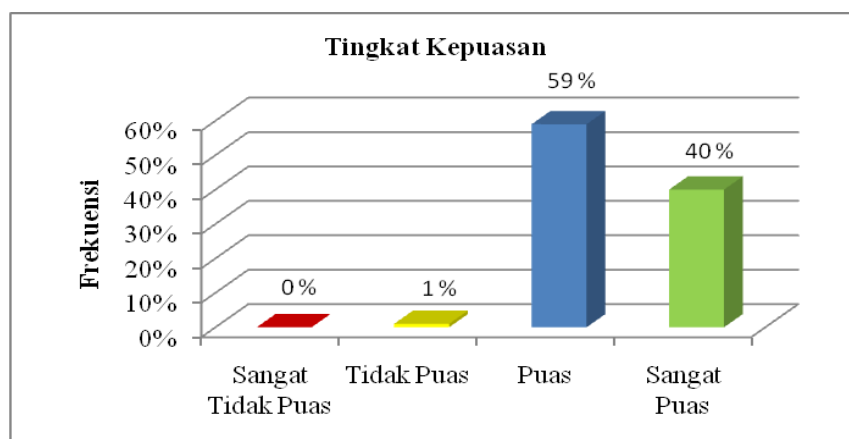
A. Hasil Penelitian

Dari hasil uji coba 42 butir pernyataan lolos dan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 42 – 168. Data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan *software MS Excel* dan *SPSS 16.0*. Deskripsi penelitian tersebut dapat dikategorikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Deskripsi Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House*

Interval	Kategori	Absolut	%
136,5 – 168	Sangat puas	40	40.0
105 – 136,5	Puas	59	59.0
73,5 – 105	Tidak puas	1	1.0
42 – 73,5	Sangat tidak puas	0	0
Jumlah		100	100

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House*

Dari Tabel 4 dan Gambar 1 di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House*, sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase 59 %, kemudian diikuti kategori sangat puas dengan persentase 40 %, kategori tidak puas dengan persentase 1 %, dan kategori sangat tidak puas dengan persentase 0 %.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House Casa Grande* didasarkan pada faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, dan deskripsi tiap-tiap faktor dapat diuraikan sebagai berikut:

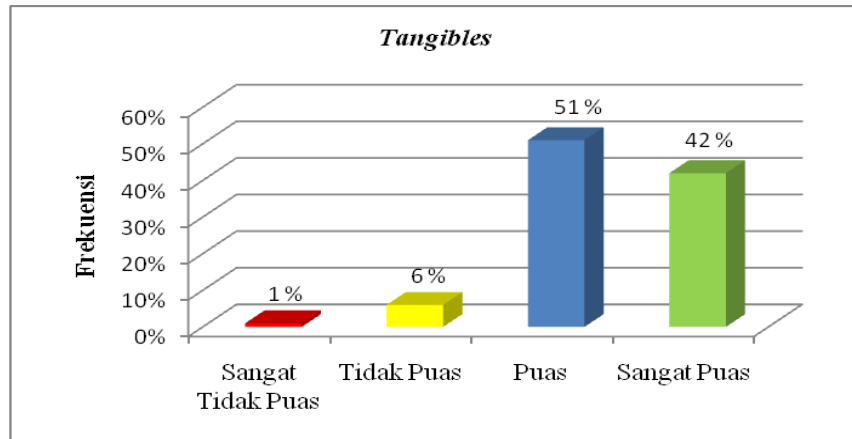
1. Faktor *Tangibles*

Faktor *tangibles* diukur dengan angket yang berjumlah 12 butir pertanyaan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 12 – 48. Data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan *software MS Excel* dan *SPSS 16.0*. Deskripsi penelitian tersebut dapat dikategorikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Deskripsi Faktor *Tangibles*

Interval	Kategori	Absolut	%
39 – 48	Sangat puas	42	42.0
30 – 39	Puas	51	51.0
21 – 30	Tidak puas	6	6.0
12 – 21	Sangat tidak puas	1	1.0
Jumlah		100	100

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 2 bawah ini:



Gambar 2. Diagram Faktor *Tangibles*

Dari Tabel 5 dan Gambar 2 di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* berdasarkan faktor *tangibles*, sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase 51 %, pada kategori sangat puas dengan persentase 42 %, pada kategori tidak puas dengan persentase sebesar 6 % dan pada kategori sangat tidak puas sebesar 1 %.

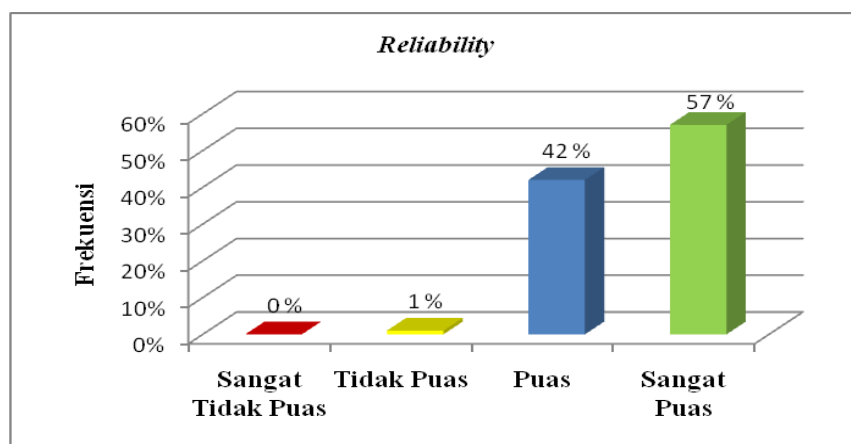
2. Faktor *Reliability*

Faktor *reliability* diukur dengan angket yang berjumlah 10 butir pertanyaan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 10 – 40. Data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan *software MS Excel* dan *SPSS 16.0*. Deskripsi penelitian tersebut dapat dikategorikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Deskripsi Faktor *Reliability*

Interval	Kategori	Absolut	%
32,5 – 40	Sangat puas	57	57.0
25 – 32,5	Puas	42	42.0
17,5 – 25	Tidak puas	1	1.0
10 – 17,5	Sangat tidak puas	0	0
Jumlah		100	100

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Diagram Faktor *Reliability*

Dari Tabel 6 dan Gambar 3 di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* berdasarkan faktor *reliability*, sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 56 %, pada kategori puas dengan persentase 42 %, pada kategori tidak puas sebesar 1 %, dan pada kategori sangat tidak puas sebesar 0 %.

3. Faktor *Responsiveness*

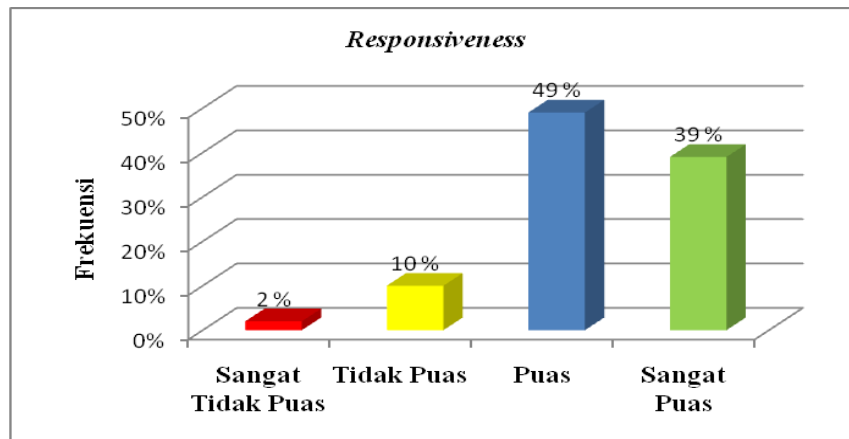
Faktor *responsiveness* diukur dengan angket yang berjumlah 4 butir pertanyaan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 4 – 16. Data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan

software MS Excel dan SPSS 16.0. Deskripsi penelitian tersebut dapat dikategorikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Deskripsi Faktor *Responsiveness*

Interval	Kategori	Absolut	%
13 - 16	Sangat puas	39	39.0
10 – 13	Puas	49	49.0
7 – 10	Tidak puas	10	10.0
4 – 7	Sangat tidak puas	2	2.0
Jumlah		100	100

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 4 di bawah ini:



Gambar 4. Diagram Faktor *Responsiveness*

Dari Tabel 7 dan Gambar 4 di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* berdasarkan faktor *responsiveness*, sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase 49 %, kemudian diikuti kategori sangat puas dengan persentase 39 %, pada kategori tidak puas sebesar 10 %, dan pada kategori sangat tidak puas diperoleh persentase sebesar 2 %.

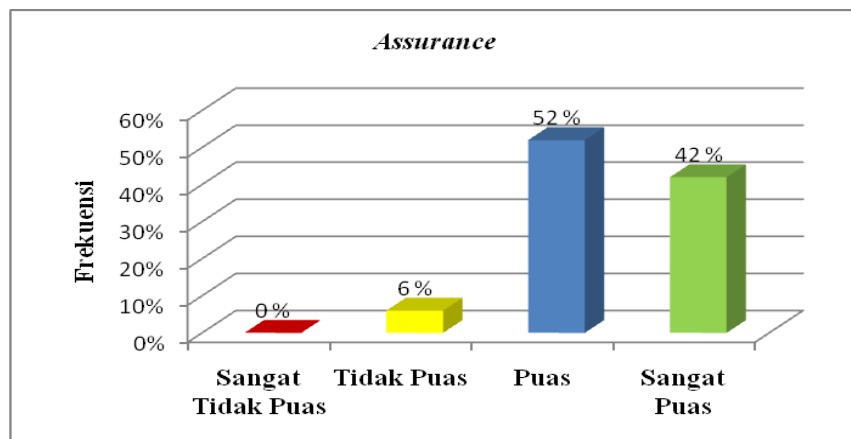
4. Faktor Assurance

Faktor *assurance* diukur dengan angket yang berjumlah 10 butir pertanyaan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 10 – 40. Data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan *software MS Excel* dan *SPSS 16.0*. Deskripsi penelitian tersebut dapat dikategorikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Deskripsi Faktor Assurance

Interval	Kategori	Absolut	%
32,5 – 40	Sangat puas	42	42.0
25 – 32,5	Puas	52	52.0
17,5 – 25	Tidak puas	6	6.0
10 – 17,5	Sangat tidak puas	0	0
Jumlah		100	100

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 5 di bawah ini:



Gambar 5. Diagram Faktor Assurance

Dari Tabel 8 dan Gambar 5 di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* berdasarkan faktor *assurance*, sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase 52 %, pada

kategori sangat puas dengan persentase 42 %, pada kategori tidak puas dengan persentase 6 %, dan pada kategori sangat tidak puas dengan persentase 0 %.

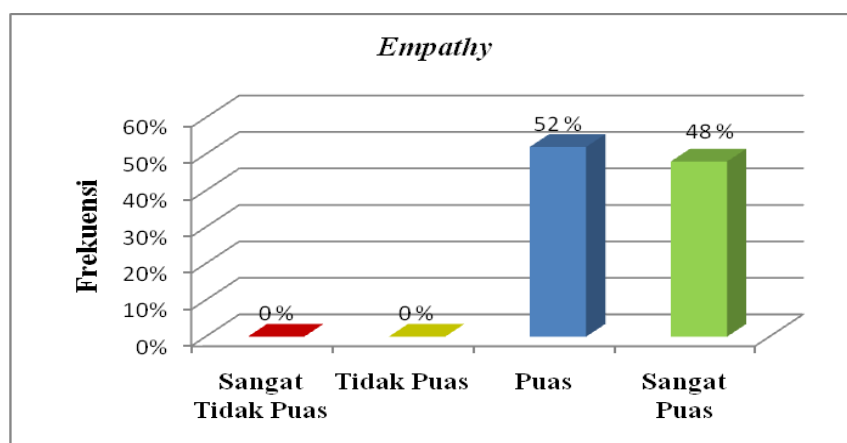
5. Faktor *Empathy*

Faktor *empathy* diukur dengan angket yang berjumlah 6 butir pertanyaan dengan rentang skor 1 – 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 6 – 24. Data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan *software MS Excel* dan *SPSS 16.0*. Deskripsi penelitian tersebut dapat dikategorikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Deskripsi Faktor *Empathy*

Interval	Kategori	Absolut	%
19,5 – 24	Sangat puas	48	48.0
15 – 19,5	Puas	52	52.0
10,5 – 15	Tidak puas	0	0
6 – 10.5	Sangat tidak puas	0	0
Jumlah		100	100

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini:



Gambar 6. Diagram Faktor *Empathy*

Dari Tabel 9 dan Gambar 6 di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* berdasarkan faktor *empathy*, sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase 52 %, pada kategori sangat puas dengan persentase 48 %, pada kategori tidak puas dengan persentase 0 %, dan pada kategori sangat tidak puas dengan persentase 0 %.

B. Pembahasan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut. Kepuasan dapat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien, sama halnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Club House Casa Grande*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Casa Grande Club House*, sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase sebesar 59 %. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa konsumen yang datang di *Club House Casa Grande* sebagian besar menyatakan puas. Akan tetapi pada faktor *tangibles* enam responden tidak puas dan satu responden sangat tidak puas, *responsiveness* sepuluh responden tidak puas dan dua responden sangat tidak puas, dan *assurance* enam responden

tidak puas. Pada tiga faktor tersebut yaitu: bukti langsung (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) perlu ditingkatkan lagi karena terdapat *members* yang merasa tidak puas bahkan sangat tidak puas. Inkonsistensi kedatangan member Club House dapat dipengaruhi oleh faktor pelayanan yang kurang tersebut, atau ada faktor lain yang tidak dapat diketahui melalui subvariabel pada penelitian ini. Diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan subvariabel yang lain karena subvariabel ini sudah banyak digunakan untuk mencari tingkat kepuasan konsumen.

Pelayanan yang baik tentu saja akan berdampak pada peningkatan konsumen, dikarenakan konsumen yang merasa puas pasti akan datang lagi, bahkan kemungkinan akan mengajak teman untuk ikut. Dengan demikian pelayanan yang baik secara tidak langsung juga akan meningkatkan keuntungan. Dalam hal ini faktor pokok benar-benar diterapkan, yaitu: faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Hasil penelitian tiap-tiap faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor *Tangibles*

Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande berdasarkan faktor *tangibles* berada pada kategori puas sebesar 51 %. Akan tetapi terdapat 6 % tidak puas dan 1 % sangat tidak puas. Dalam hal ini meliputi layanan fasilitas fisik, kelengkapan alat, kenyamanan, dan kebersihan alat dan fasilitas. Dari hasil di atas pada kategori tersebut dapat diartikan *Club House* mempunyai layanan fasilitas yang memadai, lengkap, dan nyaman.

Ditambah lagi fasilitas pendukung yang dimiliki cukup memadai, yaitu: toilet (pria/wanita), ruang ganti, kantin, tempat parkir, dan kelengkapan alat-alat yang berstandar.

2. Faktor *Reliability*

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande berdasarkan faktor *reliability* berada pada kategori sangat puas sebesar 57 %. Dalam hal ini faktor *reliability* meliputi kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan cepat, akurat, dan memuaskan. Hasil tersebut diartikan pelayanan *Club House* sangat memuaskan, yaitu layanan yang cepat, akurat, dan memuaskan. Layanan yang cepat dalam memberikan instruksi, cepat dalam memberi pertolongan, dan tepat dalam melayani kebutuhan konsumen.

3. Faktor *Responsiveness*

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande berdasarkan faktor *responsiveness* berada pada kategori puas sebesar 49 %. Akan tetapi terdapat 10 % tidak puas dan 2 % sangat tidak puas. Faktor *responsiveness* merupakan respons yang diberikan terhadap kebutuhan dan masukan dari konsumen. Hasil tersebut diartikan para karyawan *Club House* cukup tanggap dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan para karyawan selalu siap sedia di tempat untuk memberikan pelayanan. Ketanggapan para karyawan dalam memberikan

pelayanan dapat menjadikan para konsumen senang dan betah sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Faktor *Assurance*

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande berdasarkan faktor *assurance* berada pada kategori puas sebesar 52 %. Akan tetapi terdapat 6 % tidak puas. Faktor *assurance* meliputi jaminan keamanan dan perilaku karyawan yang dapat dipercaya. Hasil tersebut diartikan para karyawan *Club House* mempunyai manajemen dan pengetahuan yang baik. Selain itu penampilan yang rapi dan sopan para karyawan akan memberikan kesan yang baik serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap karyawan. Konsumen akan merasa senang, dan dengan rasa senang tersebut kepuasan pun dapat meningkat.

5. Faktor *Empathy*

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Club House* Casa Grande berdasarkan faktor *empathy* berada pada kategori puas sebesar 52 %. Faktor *empathy* merupakan kemudahan dalam melakukan komunikasi. Hasil di atas diartikan bahwa *Club House* selalu memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berkomunikasi dengan karyawan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keramahan kepada konsumen dan juga untuk memberikan solusi-solusi kepada konsumen jika konsumen mengalami kesulitan. Komunikasi akan menjadi sangat penting, dikarenakan hubungan

dan komunikasi yang baik antara konsumen dan pengelola akan memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan kepuasan dan pelayanan *member Club House Casa Grande*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan pelayanan di *Club House* Casa Grande secara keseluruhan adalah memuaskan. Akan tetapi perlu ditingkatkan lagi pada faktor: bukti langsung (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi yaitu:

1. Menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi pengelola *Club House* Casa Grande untuk menjaga kualitas pelayanan yang sudah baik dan meningkatkan jasa layanan pada faktor: *tangibles*, *responsiveness*, dan *assurance*. Dengan meningkatkan jasa layanan pada faktor pelayanan yang masih ada kekurangan, konsumen akan merasa puas, dan secara tidak langsung konsumen dapat bertambah dan keuntungan akan meningkat.
2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya, sebagai kajian teori dan sumber referensi.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sebaik-baiknya, tetapi masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, di antaranya:

1. Peneliti tidak mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi angket, yaitu kejujuran responden dalam mengisi angket.

2. Peneliti tidak mengontrol latar belakang akademik dan kondisi responden baik secara fisik maupun psikologis, apakah responden dalam keadaan baik atau tidak.

D. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat disampaikan yaitu bagi pengelola *Club House* Casa Grande agar mempertahankan layanan yang sudah baik, dan meningkatkan layanan yang sekiranya masih kurang memberikan kepuasan bagi konsumen, sebagai berikut:

1. Pada faktor *tangibles* yaitu memperbaiki alat-alat *fitness* yang rusak, menambah kelengkapan alat-alat *fitness*, memperbaiki lantai lapangan bulu tangkis yang rusak, dan menambah tenaga instruktur.
2. Pada faktor *responsiveness* yaitu meningkatkan sikap disiplin dengan menganjurkan karyawan membuat *task breakdown* atau catatan yang harus dikerjakan oleh karyawan berdasarkan tugas dan wewenangnya.
3. Pada faktor *assurance* yaitu menganjurkan karyawan untuk melakukan inovasi dalam bekerja. Menambah program latihan dengan sesuatu yang baru dan modern akan tetapi efisien dan tetap mengarah pada tujuan latihan.
4. Selain itu, pada setiap bulan selalu dilakukan evaluasi untuk mengetahui target yang telah dicapai atau kekurangan pada jasa pelayanan. Dengan demikian *Club House* Casa Grande akan menjadi *fitness centre* yang berkualitas dan menjadi pilihan utama konsumen untuk berolahraga.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan subvariabel lain, karena subvariabel ini sudah banyak digunakan pada penelitian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Budiarto. (2004). Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Kebugaran FIK UNY. *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Basu Swasta Dharmmesta & T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dahlan Iskan. (2012). Mengurus BUMN. *Kedaulatan Rakyat* (21 Oktober 2012). Hlm.1.
- _____. (2012). *Gangnam Style* Sepanjang Tahun. *Jawa Pos* (22 Oktober 2012). Hlm.1.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fandy Tjiptono. (2002). *Manajemen Jasa*. Ed. 2. Cet. 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Husain Umar .(2000). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Husaini, Usman. & Setiady Purnomo Akbar. (1995). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- J. Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cet. 2. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid Dua. (Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Terjemahan). Jakarta: Prenhallindo. Buku asli diterbitkan tahun 1997.
- _____. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Damas Sihombing. Terjemahan). Jakarta: Erlangga. Buku asli diterbitkan tahun 1996.
- Payne, Andrian. (2000). *Pemasaran Jasa*. (Fandy Tjiptono. Terjemahan). Yogyakarta: Andi Offset. Buku asli diterbitkan tahun 1993.
- Puji Sanyoto. (2011). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal. *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Rianto Adi. (2010). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit 2004.
- Singarimbun Masri. (1987). *Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta: LP3ES.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir-butir untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yudik Prasetyo. (2004). Persepsi Anggota Klinik Kebugaran FIK UNY terhadap Kualitas Jasa Pelayanan. *Skripsi*. Yogyakarta: FIK UNY.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta, Telp.(0274) 513092 psw 255

Nomor : 1492 /UN.34.16/PP/2012
Lamp. : 1 Eks.
Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 Juli 2012

Yth. : Pengelelola
Casa Grande *Club House*
Ring Road Utara, Pugeran
Yogyakarta

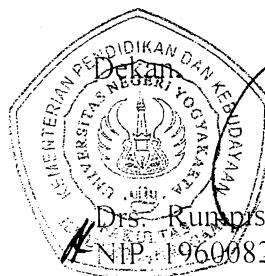
Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan pengambilan data dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin Penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Muhammad Nurdiansyah
NIM : 07603141028
Program Studi : IKORA

Penelitian akan dilaksanakan pada :

W a k t u : 2 Juli s/d 7 Juli 2012
Tempat/Obyek : Casa Grande *Club House*
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Di Casa Grande *Club House*.

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Drs. Rumpus Agus Sudarko, M.S.
NIP. 19600824 198601 1 001

Tembusan :

1. Kajur. IKORA
2. Pembimbing TAS
3. Mahasiswa ybs.

SURAT KETERANGAN

Nama : Muhammad Nurdiansyah ✓
Nomor Induk Mahasiswa : 07603141028 ✓
Program Studi : Ilmu Keolahragaan ✓
Tahun Akademik : 2011/2012 ✓

Mahasiswa tersebut di atas telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul "Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di Casa Grande *Club House*", pada 2 Juli s/d 7 Juli 2012. Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 4 September

Manager


05/09/12

Anggoro Budi Lantoro

Lampiran 2. Angket Uji Coba

UJI COBA ANGKET PENELITIAN

A. Pengantar

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Members Club House Casa Grande

Dengan hormat,

Dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah saya pada kesempatan ini memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk sejenak meluangkan waktu untuk memberikan pendapat dan informasi dengan menjawab kuesioner yang saya lampirkan ini.

Maksud kuesioner ini adalah untuk mengetahui kepuasan *members* pada pelayanan jasa *Club House Casa Grande*. Untuk itu saya mengharap kesediaannya Bapak/Ibu/Saudara yang terhormat untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan, sesuai dengan keadaan sebenarnya. Segala jawaban yang diberikan adalah untuk kepentingan penulisan skripsi saya. Harapan saya, penelitian ini bermanfaat bagi pihak *Club House Casa Grande* dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan konsumen. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan saya jamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 6 Juni 2012

Peneliti,

Muhammad Nurdiansyah
07603141028

B. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Jenis Kelamin :

C. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan saksama
2. Berilah tanda *check list* (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Bapak/Ibu/Saudara pada kolom di samping pernyataan.

SP : Sangat puas

P : Puas

TP : Tidak puas

STP : Sangat tidak puas

Contoh:

No.	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Ruang yang digunakan	✓			

No.	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Kondisi ruangan yang digunakan untuk latihan.				
2.	Kondisi ruang tunggu.				
3.	Kondisi toilet/WC.				
4.	Kondisi ruang ganti.				
5.	Kondisi <i>cafe</i> .				
6.	Kondisi fasilitas pendukung (kipas angin/ <i>Air Conditioner</i>).				
7.	Kelengkapan sarana hiburan (radio, <i>tape</i> dan televisi).				
8.	Kebersihan <i>convention hall</i> .				
9.	Kelengkapan peralatan latihan.				
10.	Kondisi lapangan bulutangkis.				
11.	Kondisi lapangan tenis.				
12.	Kebersihan ruang latihan.				
13.	Kebersihan dan kerapian alat <i>fitness</i> .				
14.	Kelengkapan panduan berlatih (panduan pemanasan).				
15.	Sarana tempat parkir.				
16.	Kelengkapan alat <i>fitness</i> .				
17.	Kemampuan karyawan di bidang kebugaran.				
18.	Program latihan yang diberikan instruktur.				
19.	Kecepatan pelayanan karyawan terhadap konsumen.				
20.	Ketepatan waktu buka dan waktu tutup.				
21.	Ketepatan jadwal bagi konsumen.				
22.	Perhatian karyawan terhadap kedisiplinan konsumen.				
23.	Program latihan yang diberikan kepada konsumen.				
24.	Harga yang diberikan.				
25.	Potongan harga yang diberikan.				
26.	Tanggapan terhadap keluhan konsumen.				
27.	Tanggapan terhadap kritik dan saran konsumen.				
28.	Tanggapan <i>club house</i> jika melakukan kesalahan terhadap konsumen.				
29.	Tanggapan terhadap konsumen yang membutuhkan.				
30.	Tanggapan <i>cleaning service</i> terhadap keadaan ruangan yang kotor.				
31.	Kesediaan karyawan dalam membantu konsumen yang kesulitan.				
32.	Keamanan kendaraan di tempat parkir.				
33.	Keamanan barang bawaan.				
34.	Keamanan lingkungan sekitar.				

35.	Jaminan keselamatan pada saat latihan.				
36.	Jaminan penanganan terhadap terjadinya cedera pada saat latihan.				
37.	Kerapian karyawan dalam berpakaian.				
38.	Kelengkapan seragam karyawan.				
39.	Penampilan staf <i>front office</i> /petugas pendaftaran.				
40.	Keramahan karyawan.				
41.	Kesopanan karyawan.				
42.	Kedisiplinan karyawan dalam bekerja.				
43.	Perhatian karyawan kepada konsumen.				
44.	Kemudahan konsumen menuju lokasi.				
45.	Kemudahan konsumen menjadi <i>member</i> .				
46.	Kemudahan mendapatkan informasi.				
47.	Kemudahan dalam pembayaran.				
48.	Kemudahan komunikasi menggunakan telepon.				
49.	Tata cara karyawan pada saat berkomunikasi kepada konsumen.				
50.	Kejelasan karyawan dalam memberikan instruksi kepada konsumen.				

Lampiran 3. Data Uji Coba

Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	4	3	4	4	3	4	1	2	2	4	4	3	3	4	1	2	3	4	4	3	2	4	3	1	4
2	2	2	2	2	4	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
5	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	1	3	4	3	2	3	4	4	2	3	3	2	3	4
6	4	3	1	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4
7	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4
8	1	3	3	4	4	4	4	2	1	4	3	3	1	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4
9	2	3	3	3	3	3	4	1	1	3	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4
10	2	2	2	2	4	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
11	4	3	4	3	4	4	3	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
12	2	3	2	2	3	3	2	1	1	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4
13	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
14	3	2	3	3	4	3	4	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3
15	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
16	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	3	3	2	1	2	3	1	2	3	2	3	3
17	4	3	4	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4
18	4	3	4	2	4	4	2	2	2	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	3	3	4	2	4	4
19	3	3	3	1	4	3	1	1	2	3	1	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	2	3	4
20	4	4	4	4	4	3	2	1	2	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	2	2	4

Resp	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	Jml
1	4	4	2	2	4	3	2	4	4	3	3	4	1	2	2	4	3	4	1	3	3	2	4	4	4	152
2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	96
3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	4	3	154
4	2	4	4	1	3	3	3	2	3	3	4	2	1	1	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	1	135
5	1	4	4	2	3	3	2	4	3	2	3	2	1	3	2	3	1	2	1	2	2	2	3	4	3	136
6	1	4	4	2	3	3	3	4	3	2	4	2	3	1	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	149
7	1	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	144
8	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	153
9	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	135
10	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	106
11	1	4	4	2	4	3	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	176
12	4	4	2	1	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	4	2	117
13	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	181
14	4	3	2	1	3	3	1	3	4	3	3	3	1	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	136
15	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	1	2	3	4	2	1	3	3	1	3	4	4	4	166
16	4	3	1	3	3	3	2	3	3	1	1	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	118
17	2	4	3	1	4	4	2	4	4	3	3	4	3	1	2	4	3	4	1	2	2	2	4	4	4	152
18	1	3	3	1	4	4	2	3	3	3	3	4	3	1	2	4	2	4	3	2	2	2	4	3	2	147
19	3	4	4	1	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	2	1	3	4	3	138
20	1	4	3	1	4	4	4	4	4	3	1	4	1	4	2	2	4	4	1	2	1	2	2	4	4	151

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.914
		N of Items	25 ^a
	Part 2	Value	.879
		N of Items	25 ^b
		Total N of Items	50
Correlation Between Forms			.864

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Butir 1	139.1000	433.884	.507	.943	Valid
Butir 2	139.2500	437.145	.678	.942	Valid
Butir 3	139.0000	433.789	.623	.942	Valid
Butir 4	139.2000	437.011	.530	.943	Valid
Butir 5	138.4000	451.516	.244	.944	Gugur
Butir 6	138.8000	443.221	.544	.943	Valid
Butir 7	139.6000	457.516	-.044	.947	Gugur
Butir 8	140.2000	447.642	.229	.945	Gugur
Butir 9	140.2000	444.168	.394	.944	Valid
Butir 10	139.0000	433.474	.632	.942	Valid
Butir 11	139.2000	428.274	.729	.942	Valid
Butir 12	139.5500	439.839	.401	.944	Valid
Butir 13	139.4500	439.524	.445	.944	Valid
Butir 14	138.7500	431.987	.777	.942	Valid
Butir 15	139.2000	436.589	.542	.943	Valid

Butir 16	139.5000	436.368	.696	.942	Valid
Butir 17	139.1500	431.082	.792	.942	Valid
Butir 18	138.9000	430.516	.735	.942	Valid
Butir 19	138.8000	443.221	.544	.943	Valid
Butir 20	139.3000	441.695	.376	.944	Valid
Butir 21	139.2500	438.934	.613	.943	Valid
Butir 22	138.9500	431.418	.796	.942	Valid
Butir 23	139.5000	436.263	.700	.942	Valid
Butir 24	139.2000	436.589	.542	.943	Valid
Butir 25	138.3000	444.958	.664	.943	Valid
Butir 26	139.7000	455.063	-.001	.948	Gugur
Butir 27	138.4500	440.050	.659	.943	Valid
Butir 28	139.1500	429.713	.593	.943	Valid
Butir 29	140.3000	448.011	.224	.945	Gugur
Butir 30	138.9000	432.095	.831	.942	Valid
Butir 31	139.0500	431.945	.764	.942	Valid
Butir 32	139.5000	434.263	.587	.943	Valid
Butir 33	138.5000	444.368	.472	.943	Valid
Butir 34	138.8500	442.555	.508	.943	Valid
Butir 35	139.4000	436.253	.475	.943	Valid
Butir 36	139.2500	432.408	.601	.943	Valid
Butir 37	139.3500	434.661	.522	.943	Valid
Butir 38	140.1500	457.397	-.041	.947	Gugur
Butir 39	139.7000	448.326	.162	.946	Gugur
Butir 40	139.5500	437.313	.656	.942	Valid
Butir 41	139.0500	436.155	.627	.943	Valid
Butir 42	139.7500	439.776	.475	.943	Valid
Butir 43	139.1500	433.608	.476	.944	Valid
Butir 44	140.1000	446.305	.244	.945	Gugur
Butir 45	139.5000	436.263	.700	.942	Valid
Butir 46	139.6500	442.450	.388	.944	Valid
Butir 47	139.5000	441.526	.458	.943	Valid
Butir 48	139.0000	433.158	.641	.942	Valid
Butir 49	138.5000	444.368	.472	.943	Valid
Butir 50	139.1500	427.187	.731	.942	Valid

$$Df = N - 2$$

$$18 = 20 - 2$$

$$r \text{ tabel} = 0,378$$

Jika *corrected item total correlation* < 0,378, maka butir pertanyaan dinyatakan gugur,

Butir yang gugur sebanyak 8 butir yaitu:

Butir no:

4,7,8,26,29,38,39,44

Koefisien validitas Total = 0,864

Koefisien Reliabilitas Total = 0,944

Lampiran 5. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

A. Pengantar

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Members Club House Casa Grande

Dengan hormat,

Dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah saya pada kesempatan ini memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk sejenak meluangkan waktu untuk memberikan pendapat dan informasi dengan menjawab kuesioner yang saya lampirkan ini.

Maksud kuesioner ini adalah untuk mengetahui kepuasan *members* pada pelayanan jasa *Club House Casa Grande*. Untuk itu saya mengharap kesediaannya Bapak/Ibu/Saudara yang terhormat untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan, sesuai dengan keadaan sebenarnya. Segala jawaban yang diberikan adalah untuk kepentingan penulisan skripsi saya. Harapan saya, penelitian ini bermanfaat bagi pihak *Club House Casa Grande* dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan konsumen. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan saya jamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 6 Juni 2012

Peneliti,

Muhammad Nurdiansyah
NIM 07603141028

B. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Jenis Kelamin :

C. Petunjuk Pengisian

3. Bacalah setiap butir pernyataan dengan saksama

4. Berilah tanda *check list* (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Bapak/Ibu/Saudara pada kolom di samping pernyataan.

SP : Sangat puas

P : Puas

TP : Tidak puas

STP : Sangat tidak puas

Contoh:

No.	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Ruang yang digunakan	✓			

No.	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Kondisi ruangan yang digunakan untuk latihan.				
2.	Kondisi ruang tunggu.				
3.	Kondisi toilet/WC.				
4.	Kondisi ruang ganti.				
5.	Kondisi fasilitas pendukung (kipas angin/ <i>Air Conditioner</i>).				
6.	Kelengkapan peralatan latihan.				
7.	Kondisi lapangan bulutangkis.				
8.	Kondisi lapangan tenis.				
9.	Kebersihan ruang latihan.				
10.	Kebersihan dan kerapian alat <i>fitness</i> .				
11.	Kelengkapan panduan berlatih (panduan pemanasan).				
12.	Sarana tempat parkir.				
13.	Kelengkapan alat <i>fitness</i> .				
14.	Kemampuan karyawan di bidang kebugaran.				
15.	Program latihan yang diberikan instruktur.				
16.	Kecepatan pelayanan karyawan terhadap konsumen.				
17.	Ketepatan waktu buka dan waktu tutup.				
18.	Ketepatan jadwal bagi konsumen.				
19.	Perhatian karyawan terhadap kedisiplinan konsumen.				
20.	Program latihan yang diberikan kepada konsumen.				
21.	Harga yang diberikan.				
22.	Potongan harga yang diberikan.				
23.	Tanggapan terhadap kritik dan saran konsumen.				
24.	Tanggapan <i>club house</i> jika melakukan kesalahan terhadap konsumen.				
25.	Tanggapan <i>cleaning service</i> terhadap keadaan ruangan yang kotor.				
26.	Kesediaan karyawan dalam membantu konsumen yang kesulitan.				
27.	Keamanan kendaraan di tempat parkir.				
28.	Keamanan barang bawaan.				
29.	Keamanan lingkungan sekitar.				
30.	Jaminan keselamatan pada saat latihan.				
31.	Jaminan penanganan terhadap terjadinya cedera pada saat latihan.				
32.	Kerapian karyawan dalam berpakaian.				
33.	Keramahan karyawan.				
34.	Kesopanan karyawan.				
35.	Kedisiplinan karyawan dalam bekerja.				

36.	Perhatian karyawan kepada konsumen.				
37.	Kemudahan konsumen menjadi <i>member</i> .				
38.	Kemudahan mendapatkan informasi.				
39.	Kemudahan dalam pembayaran.				
40.	Kemudahan komunikasi menggunakan telepon.				
41.	Tata cara karyawan pada saat berkomunikasi kepada konsumen.				
42.	Kejelasan karyawan dalam memberikan instruksi kepada konsumen.				

Lampiran 6. Data Penelitian

Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di *Club House Casa Grande*

Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4
2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	4
3	2	4	4	3	3	3	1	3	3	3	4
4	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4
5	3	4	4	3	4	3	1	1	3	2	4
6	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4
7	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	4
8	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4
9	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4
10	3	4	4	3	3	2	1	3	3	3	4
11	3	4	3	3	4	3	1	3	3	2	4
12	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4
13	3	4	4	3	3	2	1	3	3	2	4
14	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3
15	3	4	4	3	4	4	1	3	3	3	4
16	2	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3
17	2	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4
18	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
19	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	4
20	3	4	4	3	3	4	1	3	3	3	4
21	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4
22	2	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4
23	3	4	3	3	3	1	1	3	3	2	3
24	2	4	4	3	4	1	1	3	3	3	4
25	2	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4
26	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4
27	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
28	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
29	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4
30	2	4	4	3	4	3	1	3	3	3	4
31	2	4	4	3	3	3	1	3	3	3	4
32	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4
33	3	4	4	3	4	3	1	2	3	2	3
34	3	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3
35	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3
36	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
37	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
38	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4	3
39	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3
40	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
41	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
42	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3
Jumlah	109	163	158	127	145	121	78	117	128	121	153

Resp	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4
2	4	3	4	2	4	4	3	3	3	2	3
3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	1
4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3
5	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3
6	4	3	4	2	4	4	3	4	3	1	4
7	4	3	4	2	4	4	3	3	3	1	4
8	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4
9	4	3	3	3	4	4	3	4	3	1	1
10	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	1
11	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3
12	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3
13	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
14	3	3	3	3	4	4	3	4	2	2	3
15	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
16	4	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3
17	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
18	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4
19	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3
20	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3
21	3	4	3	2	3	3	2	4	3	4	4
22	3	3	2	1	2	3	2	4	3	4	4
23	3	4	3	1	3	3	2	3	3	3	4
24	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4
25	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3
26	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3
27	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4
28	3	4	2	4	4	3	1	3	3	3	4
29	3	3	2	4	3	3	1	3	3	3	2
30	3	4	2	4	3	3	2	3	3	2	4
31	3	4	2	4	3	3	1	2	3	2	2
32	3	4	2	4	4	3	2	3	3	2	4
33	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	4
34	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4
35	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4
36	3	2	4	3	3	2	2	3	3	4	3
37	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4
38	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4
39	3	3	4	3	3	2	1	3	3	2	1
40	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	4
41	3	3	3	3	4	2	4	3	2	2	2
42	2	3	4	3	4	2	4	3	2	2	3
Jumlah	136	134	130	110	150	135	110	139	122	112	137

Resp	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
1	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
2	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4
3	2	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3
5	2	4	4	2	4	4	3	2	3	1	3
6	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
7	4	4	3	2	2	4	4	1	3	2	4
8	3	4	4	3	4	1	3	2	3	3	4
9	1	4	4	4	2	2	2	1	4	2	4
10	2	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4
11	2	2	4	4	4	3	3	3	4	2	4
12	3	3	3	4	2	4	4	3	4	2	4
13	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
14	3	2	3	4	4	2	4	3	3	3	4
15	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
16	2	2	4	4	3	2	4	4	4	3	4
17	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4
18	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4
19	2	2	4	3	4	3	3	2	4	4	4
20	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3
21	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3
22	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4
23	3	4	3	3	3	4	1	1	2	2	4
24	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3
25	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	4
26	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3
27	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
28	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3
29	4	4	2	3	4	4	3	1	1	1	3
30	4	2	3	3	4	4	1	1	2	4	4
31	4	2	3	1	4	3	3	3	2	4	4
32	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
33	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
36	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2
38	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
39	3	4	3	4	2	3	3	3	2	4	4
40	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2
41	4	3	4	4	1	4	3	3	4	4	4
42	4	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4
Jumlah	135	143	151	131	143	145	135	123	137	134	153

Resp	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
2	3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	2
3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3
4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
5	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3
6	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3
7	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2
8	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3
9	3	2	3	3	3	2	3	4	1	2	3
10	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3
11	3	4	4	3	4	2	2	4	2	3	3
12	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	1
13	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
14	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3
15	3	3	3	3	4	2	2	4	2	4	4
16	3	3	4	3	3	2	2	4	1	4	4
17	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2
18	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	2
19	4	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3
20	3	4	3	3	2	2	2	4	3	4	2
21	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4
22	4	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2
23	4	4	3	3	2	2	2	4	1	2	4
24	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4
25	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4
26	4	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3
27	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
28	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3
29	1	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4
30	2	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4
31	2	4	4	2	4	2	3	3	3	3	2
32	1	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2
33	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3
34	3	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3
35	4	4	1	3	3	2	3	4	4	4	4
36	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3
37	1	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3
38	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4
39	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
40	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3
41	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3
42	3	2	2	3	3	3	2	4	3	4	3
Jumlah	127	146	144	126	140	106	118	159	120	141	128

Resp	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55
1	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3
3	3	4	1	1	2	2	4	2	4	4	3
4	3	1	3	3	3	2	4	2	4	4	3
5	2	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3
6	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
7	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	4
8	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3
9	3	3	3	1	1	1	2	1	2	4	3
10	3	4	1	1	2	2	4	2	4	4	3
11	2	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3
12	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3
13	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
14	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3
15	4	1	2	4	3	3	4	4	4	4	3
16	4	4	4	3	2	2	4	2	3	4	3
17	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
18	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	4
19	2	3	3	3	2	2	4	1	4	3	3
20	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
21	4	4	2	4	4	2	2	3	2	4	4
22	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2
23	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4
24	2	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1
26	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2
27	2	3	3	4	3	4	2	4	4	3	1
28	4	4	3	3	4	1	2	3	2	3	3
29	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3
30	3	1	3	4	1	1	2	3	2	4	2
31	2	3	4	3	4	4	2	4	4	3	2
32	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3
33	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
34	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
36	2	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3
37	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
39	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4
40	3	2	3	4	4	3	3	3	3	2	3
41	4	2	2	4	2	4	4	4	1	2	4
42	3	2	2	4	1	4	4	4	4	4	3
Jumlah	132	134	127	139	130	124	139	125	137	147	131

Resp	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66
1	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
2	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4
3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4
4	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4
5	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4
6	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
7	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3
8	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	4
9	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
10	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3
11	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4
12	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4
13	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4
14	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
15	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4
16	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4
17	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
19	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3
20	2	4	2	3	3	3	2	2	1	2	3
21	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
22	2	4	4	4	3	3	2	3	1	3	4
23	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
24	3	4	4	4	3	4	1	3	2	4	3
25	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3
26	2	2	4	2	3	2	1	4	2	4	3
27	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3
28	4	4	4	4	3	2	3	4	2	4	3
29	4	4	4	2	3	2	3	4	2	4	3
30	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3
31	1	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
32	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
33	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
34	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3
35	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
36	2	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4
37	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3
38	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
39	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
40	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4
41	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4
42	2	2	4	2	3	4	3	4	2	3	3
Jumlah	126	128	135	141	130	138	121	151	134	147	147

Resp	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77
1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	2
3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4
4	4	3	3	2	4	2	3	3	3	1	4
5	4	4	4	3	1	2	3	3	2	4	4
6	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
7	4	3	4	4	2	4	4	2	3	4	4
8	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
9	2	3	3	4	2	4	2	4	3	4	3
10	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
11	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3
12	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2
15	3	2	3	4	4	4	4	4	4	1	2
16	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4
17	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3
18	4	4	4	4	2	3	2	2	3	3	3
19	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3
20	4	2	4	4	3	3	4	2	3	4	3
21	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2
23	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4
24	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3
25	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	4
26	2	3	3	3	2	3	4	1	2	3	3
27	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3
28	4	4	3	4	2	2	4	2	3	3	2
29	4	4	3	4	2	3	4	3	4	1	3
30	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
31	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3
32	3	3	3	4	2	2	4	2	4	4	4
33	3	4	3	3	2	2	4	1	4	4	4
34	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4
35	3	4	3	4	2	3	4	3	2	2	3
36	4	4	3	3	3	2	4	2	3	3	2
37	4	3	3	2	2	2	4	3	4	2	3
38	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3
39	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4
40	3	3	3	4	4	4	3	2	1	4	3
41	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4
42	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4
Jumlah	147	142	138	149	124	128	148	120	133	136	139

Resp	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88
1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4
3	1	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4
5	3	2	4	4	2	4	4	3	1	3	4
6	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4
7	4	4	4	3	2	2	4	3	2	4	4
8	4	3	4	4	3	4	1	3	3	4	4
9	1	1	4	4	4	2	2	4	2	4	4
10	1	2	4	4	2	4	3	3	4	4	4
11	3	2	2	4	4	4	3	4	2	4	4
12	3	3	3	3	4	2	4	4	2	4	4
13	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
14	3	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4
15	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
16	3	2	2	4	4	3	2	4	3	4	3
17	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
18	4	4	3	3	2	2	4	4	4	3	4
19	3	2	2	4	3	4	3	4	4	2	3
20	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4
21	1	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
22	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2
23	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	1
24	3	3	4	3	4	2	3	3	3	1	3
25	3	3	4	3	1	2	3	3	2	3	3
26	3	3	1	3	4	2	3	3	4	4	3
27	4	1	1	2	2	3	4	2	3	3	3
28	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	3
29	4	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3
30	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	1
31	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3
32	1	2	4	3	3	3	4	1	3	4	3
33	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
34	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	2
35	3	3	4	2	4	2	4	4	4	1	2
36	3	3	3	3	2	1	4	4	4	4	4
37	4	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3
38	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3
39	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3
40	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4
41	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4
42	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
Jumlah	134	124	131	136	134	125	139	138	134	146	142

Resp	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3
2	3	3	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3
3	4	2	4	3	2	3	3	2	3	4	3	2
4	4	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2
5	4	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4
6	4	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3
7	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3
8	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
9	2	3	2	2	2	1	2	3	3	4	3	4
10	4	4	4	3	1	4	2	3	3	3	4	3
11	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4
12	3	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3
13	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4	3
14	3	4	4	2	4	4	3	3	2	3	3	3
15	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3
16	4	4	3	2	4	4	3	4	2	4	3	3
17	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
18	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3
19	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
20	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4
21	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4
22	3	3	2	3	3	4	3	3	3	1	3	4
23	1	2	2	4	2	4	3	3	2	3	2	4
24	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3
25	3	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3
26	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
27	4	4	3	3	2	2	4	3	2	4	3	3
28	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	3
29	1	1	1	2	1	2	4	2	2	3	3	4
30	1	2	2	4	2	4	3	2	2	3	3	4
31	3	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	4
32	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4
33	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4
34	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4
35	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3
36	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3
37	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
38	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
39	3	2	2	4	1	4	4	3	3	4	3	3
40	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3
41	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3
42	3	3	2	2	3	2	4	3	3	4	3	3
Jumlah	140	128	121	136	125	143	134	124	116	135	128	138

Tangibles

Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah	Kategori
1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34	Puas
2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	44	Sangat Puas
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	44	Sangat Puas
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37	Puas
5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	41	Sangat Puas
6	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	33	Puas
7	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	19	Sangat Tidak Puas
8	3	2	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	30	Sangat Puas
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Puas
10	3	2	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	35	Puas
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	Sangat Puas
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45	Sangat Puas
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Puas
14	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42	Sangat Puas
15	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	27	Tidak Puas
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	Sangat Puas
17	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	45	Sangat Puas
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Puas
19	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	44	Sangat Puas
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Puas
21	2	2	3	3	3	1	1	2	1	2	3	2	25	Tidak Puas
22	4	3	1	3	3	4	4	4	1	1	3	3	34	Puas
23	3	3	2	3	2	3	4	3	1	2	2	3	31	Puas
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	44	Sangat Puas
25	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45	Sangat Puas
26	3	3	2	2	2	3	2	3	4	2	4	4	34	Puas
27	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	2	41	Sangat Puas
28	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	3	4	41	Sangat Puas
29	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	43	Sangat Puas
30	3	2	3	3	2	3	1	2	1	3	3	3	29	Tidak Puas
31	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	42	Sangat Puas
32	4	3	4	4	1	4	2	3	2	4	2	2	35	Puas
33	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46	Sangat Puas
34	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37	Puas
35	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	41	Sangat Puas
36	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	43	Sangat Puas
37	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34	Puas

38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	38	Puas
39	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	33	Puas
40	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	36	Puas
41	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	46	Sangat Puas
42	4	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	27	Tidak Puas
43	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	39	Puas
44	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	33	Puas
45	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	36	Puas
46	4	3	4	1	3	4	3	3	3	4	3	4	39	Puas
47	3	2	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	31	Puas
48	4	3	1	3	3	4	4	4	1	1	3	3	34	Puas
49	3	3	2	3	2	3	4	3	1	2	2	3	31	Puas
50	4	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	3	28	Tidak Puas
51	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	43	Sangat Puas
52	3	3	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	27	Tidak Puas
53	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	2	41	Sangat Puas
54	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	Sangat Puas
55	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	39	Puas
56	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	2	3	37	Puas
57	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4	31	Puas
58	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2	31	Puas
59	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	36	Puas
60	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	39	Puas
61	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	3	36	Puas
62	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	36	Puas
63	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	41	Sangat Puas
64	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	42	Sangat Puas
65	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38	Puas
66	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	45	Sangat Puas
67	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	43	Sangat Puas
68	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	40	Sangat Puas
69	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	42	Sangat Puas
70	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	42	Sangat Puas
71	3	3	4	4	1	4	2	4	2	4	3	3	37	Puas
72	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	38	Puas
73	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	39	Puas
74	4	2	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	40	Sangat Puas
78	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	36	Puas
67	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	44	Sangat Puas

68	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	43	Sangat Puas
80	4	3	1	3	3	4	4	4	1	1	3	3	34	Puas
89	3	3	2	3	2	3	4	3	1	2	2	3	31	Puas
75	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	44	Sangat Puas
81	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45	Sangat Puas
82	3	3	2	2	2	3	2	3	4	2	4	4	34	Puas
83	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	2	41	Sangat Puas
84	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	3	4	41	Sangat Puas
85	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	42	Sangat Puas
86	4	3	4	4	1	4	2	3	2	4	2	2	35	Puas
87	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46	Sangat Puas
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	Sangat Puas
79	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	43	Sangat Puas
90	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	4	4	35	Puas
91	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	2	41	Sangat Puas
92	4	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	37	Puas
93	4	4	2	4	3	4	4	3	2	1	4	4	39	Puas
94	3	2	3	3	2	3	4	4	1	4	4	4	37	Puas
95	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	33	Puas
96	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	33	Puas
97	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	34	Puas
98	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	36	Puas
99	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	36	Puas
100	3	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	38	Puas

Reliability

Resp	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Jumlah	Kategori
1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	26	Puas
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	Sangat Puas
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	Sangat Puas
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34	Sangat Puas
6	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	33	Sangat Puas
7	1	2	1	2	2	2	1	1	3	2	17	Sangat Tidak Puas
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
9	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	33	Sangat Puas
10	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	28	Puas
11	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37	Sangat Puas
12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	Puas
13	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	33	Sangat Puas
14	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	27	Puas
15	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	23	Puas
16	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33	Sangat Puas
17	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35	Sangat Puas
18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28	Puas
19	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	36	Sangat Puas
20	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	Puas
21	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	32	Puas
22	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36	Sangat Puas
23	4	3	3	2	4	4	2	3	3	3	31	Puas
24	3	2	3	2	3	3	2	3	4	4	29	Puas
25	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	36	Sangat Puas
26	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	34	Sangat Puas
27	4	4	4	3	4	2	4	2	3	3	33	Sangat Puas
28	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	31	Puas
29	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	36	Sangat Puas
30	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	33	Sangat Puas
31	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37	Sangat Puas
32	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	34	Sangat Puas
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38	Sangat Puas
34	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	31	Puas
35	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34	Sangat Puas
36	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36	Sangat Puas
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas

38	4	3	4	3	4	4	3	2	3	2	32	Puas
39	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	23	Puas
40	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	26	Puas
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	37	Sangat Puas
42	3	4	2	1	3	3	2	3	4	2	27	Puas
43	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	36	Sangat Puas
44	4	3	4	4	2	2	3	2	4	2	30	Puas
45	4	3	4	4	4	3	2	3	4	2	33	Sangat Puas
46	4	3	1	4	4	3	3	4	4	4	34	Sangat Puas
47	4	2	2	4	3	3	3	3	2	4	30	Puas
48	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36	Sangat Puas
49	4	3	3	2	4	4	2	3	4	4	33	Sangat Puas
50	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	27	Puas
51	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	34	Sangat Puas
52	4	3	4	2	4	2	1	3	3	4	30	Puas
53	4	4	4	3	4	2	4	2	2	3	32	Puas
54	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37	Sangat Puas
55	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	32	Puas
56	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	34	Sangat Puas
57	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	33	Sangat Puas
58	2	4	2	3	2	3	3	2	4	4	29	Puas
59	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35	Sangat Puas
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
61	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34	Sangat Puas
62	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	28	Puas
63	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	36	Sangat Puas
64	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	31	Puas
65	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	35	Sangat Puas
66	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37	Sangat Puas
67	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35	Sangat Puas
68	4	4	2	4	3	4	3	2	3	3	32	Puas
69	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35	Sangat Puas
70	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	Sangat Puas
71	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	32	Puas
72	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34	Sangat Puas
73	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	35	Sangat Puas
74	4	3	4	4	2	2	3	2	2	2	28	Puas
75	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	33	Sangat Puas
76	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	32	Puas

77	4	2	2	4	3	3	3	3	3	2	29	Sangat Puas
78	4	3	4	3	4	4	3	3	1	3	32	Puas
79	4	3	3	2	4	4	2	3	3	3	31	Puas
80	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	27	Puas
81	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35	Sangat Puas
82	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	34	Sangat Puas
83	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	33	Sangat Puas
84	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	31	Puas
85	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	37	Sangat Puas
86	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	34	Sangat Puas
87	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	35	Sangat Puas
88	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	35	Sangat Puas
89	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	36	Sangat Puas
90	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37	Sangat Puas
91	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	33	Sangat Puas
92	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	31	Puas
93	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37	Sangat Puas
94	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	Sangat Puas
95	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	31	Puas
96	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33	Sangat Puas
97	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	28	Puas
98	2	3	4	4	4	4	4	2	2	1	30	Puas
99	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32	Puas
100	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33	Sangat Puas

Responsiveness

Resp	23	24	25	26	Jumlah	Kategori
1	3	2	2	2	9	Tidak Puas
2	4	4	4	4	16	Sangat Puas
3	3	4	4	4	15	Sangat Puas
4	3	3	3	3	12	Puas
5	3	4	4	3	14	Sangat Puas
6	1	1	3	3	8	Tidak Puas
7	1	1	2	2	6	Sangat Tidak Puas
8	3	3	3	3	12	Puas
9	3	3	3	3	12	Puas
10	2	3	3	3	11	Puas
11	3	4	4	4	15	Sangat Puas
12	3	3	3	3	12	Puas
13	4	4	3	4	15	Sangat Puas
14	3	3	2	3	11	Puas
15	1	2	1	2	6	Sangat Tidak Puas
16	3	3	3	3	12	Puas
17	3	3	3	3	12	Puas
18	2	2	3	3	10	Puas
19	3	3	3	3	12	Puas
20	3	3	3	2	11	Puas
21	3	3	3	3	12	Puas
22	4	4	3	3	14	Sangat Puas
23	3	4	4	4	15	Sangat Puas
24	4	4	4	4	16	Sangat Puas
25	3	3	3	3	12	Puas
26	3	3	3	3	12	Puas
27	3	3	2	4	12	Puas
28	4	3	3	4	14	Sangat Puas
29	1	3	3	3	10	Puas
30	1	3	3	4	11	Puas
31	2	3	2	3	10	Puas
32	2	2	2	4	10	Puas
33	4	3	4	3	14	Sangat Puas
34	4	4	4	4	16	Sangat Puas
35	4	4	4	3	15	Sangat Puas
36	3	4	4	3	14	Sangat Puas
37	3	3	3	3	12	Puas

38	2	3	3	3	11	Puas
39	2	2	3	2	9	Tidak Puas
40	2	2	2	3	9	Tidak Puas
41	4	4	4	4	16	Sangat Puas
42	1	4	4	2	11	Puas
43	2	4	4	2	12	Puas
44	4	4	4	3	15	Sangat Puas
45	4	2	4	2	12	Puas
46	4	4	4	3	15	Sangat Puas
47	4	4	4	3	15	Sangat Puas
48	3	4	4	3	14	Sangat Puas
49	4	4	4	2	14	Sangat Puas
50	3	4	4	2	13	Sangat Puas
51	3	2	4	2	11	Puas
52	2	2	3	3	10	Puas
53	2	3	4	2	11	Puas
54	3	4	4	3	14	Sangat Puas
55	4	4	1	2	11	Puas
56	1	3	3	2	9	Tidak Puas
57	3	4	4	2	13	Sangat Puas
58	4	4	4	4	16	Sangat Puas
59	4	4	4	2	14	Sangat Puas
60	3	3	3	3	12	Puas
61	4	4	3	2	13	Sangat Puas
62	3	1	2	1	7	Tidak Puas
63	3	3	3	4	13	Sangat Puas
64	4	2	3	2	11	Puas
65	4	4	4	4	16	Sangat Puas
66	3	3	3	3	12	Puas
67	4	4	3	2	13	Sangat Puas
68	4	4	2	3	13	Sangat Puas
69	3	3	3	3	12	Puas
70	3	3	3	3	12	Puas
71	3	3	3	2	11	Puas
72	3	3	3	3	12	Puas
73	4	3	4	4	15	Sangat Puas
74	2	3	2	1	8	Tidak Puas
75	3	4	4	2	13	Sangat Puas
76	3	2	3	3	11	Puas

77	4	3	4	3	14	Sangat Puas
78	4	3	3	3	13	Sangat Puas
79	3	3	3	3	12	Puas
80	4	4	4	1	13	Sangat Puas
81	3	3	3	3	12	Puas
82	4	4	1	4	13	Sangat Puas
83	2	2	2	2	8	Tidak Puas
84	3	3	3	3	12	Puas
85	3	3	3	3	12	Puas
86	3	3	2	4	12	Puas
87	4	1	3	4	12	Puas
88	1	3	3	3	10	Puas
89	1	3	3	4	11	Puas
90	2	3	2	3	10	Puas
91	2	2	2	3	9	Tidak Puas
92	4	4	4	4	16	Sangat Puas
93	2	2	2	3	9	Tidak Puas
94	4	4	4	3	15	Sangat Puas
95	3	3	3	3	12	Puas
96	3	3	3	3	12	Puas
97	2	3	3	3	11	Puas
98	3	3	3	4	13	Sangat Puas
99	2	3	3	3	11	Puas
100	4	3	3	3	13	Sangat Puas

Assurance

Resp	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Jumlah	Kategori
1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	23	Tidak Puas
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	Sangat Puas
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37	Sangat Puas
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37	Sangat Puas
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
7	3	3	3	1	1	2	1	2	3	2	21	Tidak Puas
8	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29	Puas
9	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29	Puas
10	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	26	Puas
11	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35	Sangat Puas
12	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	Puas
13	4	4	3	4	4	4	3	3	2	2	33	Sangat Puas
14	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	28	Puas
15	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36	Sangat Puas
16	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34	Sangat Puas
17	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	28	Puas
18	3	1	1	2	1	2	3	2	3	2	20	Tidak Puas
19	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29	Puas
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
21	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	28	Puas
22	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	35	Sangat Puas
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38	Sangat Puas
24	4	2	4	2	2	3	3	4	4	4	32	Puas
25	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	35	Sangat Puas
26	2	3	3	3	3	1	4	3	4	4	30	Puas
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	Sangat Puas
28	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37	Sangat Puas
29	3	3	3	1	3	3	4	2	4	4	30	Puas
30	4	4	1	1	3	3	4	3	4	3	30	Puas
31	4	3	1	2	2	3	4	3	3	2	27	Puas
32	4	4	1	4	4	4	4	4	3	2	34	Sangat Puas
33	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35	Sangat Puas
34	2	4	1	2	2	1	3	3	4	3	25	Puas
35	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37	Sangat Puas
36	4	3	3	4	4	4	2	3	1	4	32	Puas
37	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29	Puas

38	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38	Sangat Puas
39	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	26	Puas
40	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34	Sangat Puas
41	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37	Sangat Puas
42	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	34	Sangat Puas
43	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	32	Puas
44	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	31	Puas
45	2	4	4	3	2	3	4	2	4	2	30	Puas
46	3	4	4	1	3	2	3	2	4	3	29	Puas
47	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	32	Puas
48	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	34	Sangat Puas
49	3	4	4	1	4	4	4	3	4	4	35	Sangat Puas
50	4	1	4	1	4	4	4	4	4	3	33	Sangat Puas
51	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	29	Puas
52	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	36	Sangat Puas
53	4	2	3	2	4	4	4	4	4	2	33	Sangat Puas
54	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	32	Puas
55	1	3	3	2	2	3	3	4	3	3	27	Puas
56	2	4	4	2	1	4	2	4	2	2	27	Puas
57	2	4	4	3	4	4	4	2	4	3	34	Sangat Puas
58	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38	Sangat Puas
59	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	36	Sangat Puas
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
61	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	31	Puas
62	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	32	Puas
63	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38	Sangat Puas
64	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	32	Puas
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	Sangat Puas
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31	Puas
67	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35	Sangat Puas
68	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	Sangat Puas
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	Puas
70	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	36	Sangat Puas
71	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	24	Tidak Puas
72	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	26	Puas
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	Sangat Puas
74	2	2	3	3	4	2	1	3	3	2	25	Puas
75	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	34	Sangat Puas
76	3	3	1	4	3	4	4	2	2	3	29	Puas

77	3	2	3	4	3	4	4	4	3	2	32	Puas
78	4	3	4	4	3	1	4	4	3	3	33	Sangat Puas
79	1	3	3	4	2	2	4	3	3	3	28	Puas
80	1	3	3	4	3	4	3	4	4	3	32	Puas
81	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	28	Puas
82	2	4	2	4	3	3	4	4	4	2	32	Puas
83	3	2	1	2	2	3	3	4	2	1	23	Tidak Puas
84	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	35	Sangat Puas
85	2	3	3	3	3	1	4	3	4	4	30	Puas
86	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	33	Sangat Puas
87	3	3	3	4	3	4	4	3	1	4	32	Puas
88	3	3	3	1	3	3	4	2	2	4	28	Puas
89	4	4	1	1	3	3	4	3	4	3	30	Puas
90	4	3	1	2	2	3	4	3	3	2	27	Puas
91	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	23	Tidak Puas
92	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	35	Sangat Puas
93	2	3	1	2	2	2	4	3	4	2	25	Puas
94	2	4	2	4	4	2	4	4	4	3	33	Sangat Puas
95	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37	Sangat Puas
96	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	28	Puas
97	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	25	Puas
98	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	34	Sangat Puas
99	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	Puas
100	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	36	Sangat Puas

Empathy

Resp	37	38	39	40	41	42	Jumlah	Kategori
1	3	3	3	2	3	3	17	Puas
2	3	4	4	4	4	4	23	Sangat Puas
3	4	4	4	4	4	4	24	Sangat Puas
4	3	3	3	3	3	3	18	Puas
5	3	4	3	3	3	3	19	Puas
6	3	2	3	3	3	3	17	Puas
7	3	2	3	2	3	2	15	Puas
8	3	3	3	3	2	2	16	Puas
9	3	3	3	3	3	3	18	Puas
10	4	4	4	3	3	3	21	Sangat Puas
11	3	3	3	3	3	3	18	Puas
12	3	3	3	3	3	2	17	Puas
13	2	3	3	3	3	3	17	Puas
14	3	4	4	4	3	4	22	Sangat Puas
15	3	3	3	3	3	3	18	Puas
16	4	4	3	4	4	4	23	Sangat Puas
17	3	3	2	3	2	2	15	Puas
18	3	2	1	2	4	4	16	Puas
19	3	3	3	3	3	3	18	Puas
20	3	3	3	3	2	2	16	Puas
21	4	3	2	2	2	2	15	Puas
22	4	4	1	4	2	3	18	Puas
23	4	2	3	3	4	4	20	Sangat Puas
24	4	3	4	4	3	4	22	Sangat Puas
25	4	4	3	4	4	4	23	Sangat Puas
26	4	4	4	2	4	3	21	Sangat Puas
27	4	3	2	3	1	4	17	Puas
28	4	3	3	4	4	4	22	Sangat Puas
29	3	3	3	3	3	1	16	Puas
30	4	4	3	3	3	3	20	Sangat Puas
31	4	4	2	3	4	4	21	Sangat Puas
32	3	3	4	3	4	4	21	Sangat Puas
33	2	4	4	2	4	4	20	Sangat Puas
34	1	3	4	3	4	3	18	Puas
35	4	3	4	3	3	2	19	Puas
36	3	4	4	3	3	2	19	Puas
37	4	4	4	3	3	3	21	Sangat Puas

38	4	4	4	3	3	3	21	Sangat Puas
39	2	3	3	2	2	3	15	Puas
40	2	2	3	2	2	2	13	Puas
41	4	4	4	3	4	4	23	Sangat Puas
42	4	3	4	4	3	3	21	Sangat Puas
43	4	3	4	4	3	4	22	Sangat Puas
44	3	4	3	3	3	3	19	Puas
45	3	4	4	3	4	3	21	Sangat Puas
46	4	4	3	2	2	2	17	Puas
47	4	4	4	3	2	2	19	Puas
48	3	3	3	4	4	4	21	Sangat Puas
49	4	3	3	4	2	1	17	Puas
50	4	4	4	3	4	4	23	Sangat Puas
51	4	4	3	3	4	4	22	Sangat Puas
52	4	3	4	3	4	4	22	Sangat Puas
53	4	4	4	3	1	4	20	Sangat Puas
54	4	4	2	2	2	4	18	Puas
55	4	4	4	3	4	3	22	Sangat Puas
56	4	4	3	3	3	2	19	Puas
57	4	3	3	2	3	2	17	Puas
58	4	4	2	3	4	4	21	Sangat Puas
59	4	4	3	3	4	2	20	Sangat Puas
60	2	3	3	4	4	3	19	Puas
61	4	4	4	4	4	4	24	Sangat Puas
62	3	3	3	3	3	3	18	Puas
63	4	4	3	4	4	4	23	Sangat Puas
64	4	3	3	3	3	2	18	Puas
65	3	3	3	4	2	3	18	Puas
66	3	4	4	4	4	3	22	Sangat Puas
67	4	4	4	3	3	3	21	Sangat Puas
68	3	2	4	3	3	3	18	Puas
69	3	3	4	3	3	3	19	Puas
70	2	3	4	4	4	4	21	Sangat Puas
71	2	3	3	4	4	4	20	Sangat Puas
72	2	4	2	4	4	2	18	Puas
73	4	3	2	3	3	4	19	Puas
74	3	3	3	2	4	4	19	Puas
75	4	2	3	1	3	4	17	Puas
76	2	3	4	4	3	4	20	Sangat Puas

77	3	3	4	3	4	4	21	Sangat Puas
78	4	3	3	4	4	4	22	Sangat Puas
79	3	3	4	4	4	4	22	Sangat Puas
80	3	2	2	2	3	3	15	Puas
81	3	3	3	2	2	3	16	Puas
82	4	2	3	4	4	4	21	Sangat Puas
83	3	3	3	4	3	4	20	Sangat Puas
84	4	2	3	4	3	4	20	Sangat Puas
85	2	2	3	3	4	3	17	Puas
86	4	3	2	3	4	4	20	Sangat Puas
87	4	3	3	4	4	3	21	Sangat Puas
88	3	3	3	4	4	4	21	Sangat Puas
89	4	4	3	3	3	3	20	Sangat Puas
90	4	4	2	3	3	3	19	Puas
91	3	3	2	2	3	2	15	Puas
92	4	3	4	2	2	2	17	Puas
93	4	2	1	2	3	3	15	Puas
94	4	2	4	4	3	2	19	Puas
95	3	3	4	3	4	4	21	Sangat Puas
96	3	3	3	3	3	3	18	Puas
97	3	3	3	3	3	3	18	Puas
98	3	3	4	4	4	4	22	Sangat Puas
99	3	3	3	3	3	3	18	Puas
100	3	3	3	3	3	3	18	Sangat Puas

Lampiran 7. Statistik Deskriptif

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006
 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics							
		Tingkat Kepuasan	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		133.3800	37.9100	32.5000	12.1400	31.5900	19.2400
Median		134.0000	38.0000	33.0000	12.0000	32.0000	19.0000
Mode		134.00	36.00	33.00	12.00	30.00 ^a	18.00 ^a
Std. Deviation		12.57766	5.62479	3.75379	2.23390	4.46331	2.40421
Minimum		78.00	19.00	17.00	6.00	20.00	13.00
Maximum		163.00	48.00	40.00	16.00	40.00	24.00
Sum		13338.00	3791.00	3250.00	1214.00	3159.00	1924.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Tingkat Kepuasan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	78	1	1.0	1.0	1.0
	106	1	1.0	1.0	2.0
	109	1	1.0	1.0	3.0
	110	2	2.0	2.0	5.0
	112	1	1.0	1.0	6.0
	116	1	1.0	1.0	7.0
	117	1	1.0	1.0	8.0
	118	1	1.0	1.0	9.0
	120	2	2.0	2.0	11.0
	121	4	4.0	4.0	15.0
	122	1	1.0	1.0	16.0
	123	1	1.0	1.0	17.0
	124	4	4.0	4.0	21.0
	125	3	3.0	3.0	24.0
	126	2	2.0	2.0	26.0
	127	3	3.0	3.0	29.0

128	6	6.0	6.0	35.0
130	3	3.0	3.0	38.0
131	3	3.0	3.0	41.0
132	1	1.0	1.0	42.0
133	1	1.0	1.0	43.0
134	8	8.0	8.0	51.0
135	5	5.0	5.0	56.0
136	4	4.0	4.0	60.0
137	3	3.0	3.0	63.0
138	4	4.0	4.0	67.0
139	5	5.0	5.0	72.0
140	2	2.0	2.0	74.0
141	2	2.0	2.0	76.0
142	2	2.0	2.0	78.0
143	3	3.0	3.0	81.0
144	1	1.0	1.0	82.0
145	2	2.0	2.0	84.0
146	2	2.0	2.0	86.0
147	4	4.0	4.0	90.0
148	1	1.0	1.0	91.0
149	1	1.0	1.0	92.0
150	1	1.0	1.0	93.0
151	2	2.0	2.0	95.0
153	2	2.0	2.0	97.0
158	1	1.0	1.0	98.0
159	1	1.0	1.0	99.0
163	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tangibles

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19	1	1.0	1.0	1.0
25	1	1.0	1.0	2.0
27	3	3.0	3.0	5.0
28	1	1.0	1.0	6.0
29	1	1.0	1.0	7.0
30	1	1.0	1.0	8.0
31	6	6.0	6.0	14.0
33	5	5.0	5.0	19.0
34	8	8.0	8.0	27.0

35	4	4.0	4.0	31.0
36	12	12.0	12.0	43.0
37	6	6.0	6.0	49.0
38	4	4.0	4.0	53.0
39	6	6.0	6.0	59.0
40	2	2.0	2.0	61.0
41	9	9.0	9.0	70.0
42	6	6.0	6.0	76.0
43	6	6.0	6.0	82.0
44	6	6.0	6.0	88.0
45	5	5.0	5.0	93.0
46	4	4.0	4.0	97.0
48	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Reliability

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	1	1.0	1.0	1.0
23	2	2.0	2.0	3.0
26	2	2.0	2.0	5.0
27	4	4.0	4.0	9.0
28	5	5.0	5.0	14.0
29	4	4.0	4.0	18.0
30	8	8.0	8.0	26.0
31	9	9.0	9.0	35.0
32	9	9.0	9.0	44.0
33	14	14.0	14.0	58.0
34	11	11.0	11.0	69.0
35	9	9.0	9.0	78.0
36	9	9.0	9.0	87.0
37	8	8.0	8.0	95.0
38	3	3.0	3.0	98.0
39	1	1.0	1.0	99.0
40	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Responsiveness

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	2	2.0	2.0	2.0
	7	1	1.0	1.0	3.0
	8	3	3.0	3.0	6.0
	9	6	6.0	6.0	12.0
	10	7	7.0	7.0	19.0
	11	15	15.0	15.0	34.0
	12	27	27.0	27.0	61.0
	13	12	12.0	12.0	73.0
	14	10	10.0	10.0	83.0
	15	10	10.0	10.0	93.0
	16	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Assurance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	1	1.0	1.0	1.0
	21	1	1.0	1.0	2.0
	23	3	3.0	3.0	5.0
	24	1	1.0	1.0	6.0
	25	4	4.0	4.0	10.0
	26	3	3.0	3.0	13.0
	27	4	4.0	4.0	17.0
	28	7	7.0	7.0	24.0
	29	7	7.0	7.0	31.0
	30	11	11.0	11.0	42.0
	31	5	5.0	5.0	47.0
	32	11	11.0	11.0	58.0
	33	6	6.0	6.0	64.0
	34	8	8.0	8.0	72.0
	35	8	8.0	8.0	80.0
	36	5	5.0	5.0	85.0
	37	6	6.0	6.0	91.0
	38	4	4.0	4.0	95.0
	39	1	1.0	1.0	96.0
	40	4	4.0	4.0	100.0

Assurance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	1	1.0	1.0	1.0
	21	1	1.0	1.0	2.0
	23	3	3.0	3.0	5.0
	24	1	1.0	1.0	6.0
	25	4	4.0	4.0	10.0
	26	3	3.0	3.0	13.0
	27	4	4.0	4.0	17.0
	28	7	7.0	7.0	24.0
	29	7	7.0	7.0	31.0
	30	11	11.0	11.0	42.0
	31	5	5.0	5.0	47.0
	32	11	11.0	11.0	58.0
	33	6	6.0	6.0	64.0
	34	8	8.0	8.0	72.0
	35	8	8.0	8.0	80.0
	36	5	5.0	5.0	85.0
	37	6	6.0	6.0	91.0
	38	4	4.0	4.0	95.0
	39	1	1.0	1.0	96.0
	40	4	4.0	4.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Empathy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	1	1.0	1.0	1.0
	15	7	7.0	7.0	8.0
	16	5	5.0	5.0	13.0
	17	11	11.0	11.0	24.0
	18	17	17.0	17.0	41.0
	19	12	12.0	12.0	53.0
	20	11	11.0	11.0	64.0
	21	17	17.0	17.0	81.0
	22	11	11.0	11.0	92.0
	23	6	6.0	6.0	98.0
	24	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

	Tingkat Kepuasan	Tangibels	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
N Valid	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Tingkat Kepuasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	40	40.0	40.0	40.0
	Puas	59	59.0	59.0	99.0
	Tidak Puas	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tangibles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	42	42.0	42.0	42.0
	Puas	51	51.0	51.0	93.0
	Tidak Puas	6	6.0	6.0	99.0
	Sangat Tidak Puas	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Reliability

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	57	57.0	57.0	57.0
	Puas	42	42.0	42.0	99.0
	Sangat Tidak Puas	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Responsiveness

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	39	39.0	39.0	39.0
	Puas	49	49.0	49.0	88.0
	Tidak Puas	10	10.0	10.0	98.0
	Sangat Tidak Puas	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Assurance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	42	42.0	42.0	42.0
	Puas	52	52.0	52.0	94.0
	Tidak Puas	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Empathy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	48	48.0	48.0	48.0
	Puas	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 8. Dokumentasi Fasilitas di Casa Grande *Club House*



Gambar 1. *Receptionist Casa Grande Club House*



Gambar 2. *Ruangan Fitness Casa Grande Club House*



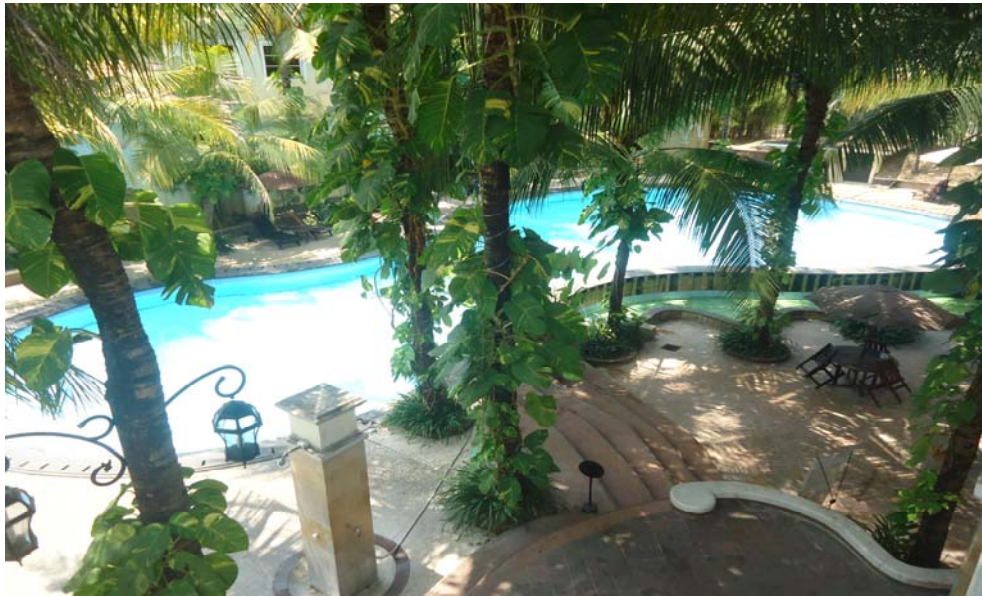
Gambar 3. Lapangan Bulutangkis Casa Grande *Club House*



Gambar 4. Lapangan Tennis Casa Grande *Club House*



Gambar 5. Kantin Casa Grande *Club House*



Gambar 6. Kolam Renang Casa Grande *Club House*